別冊宝島365

海賊版ビジネスの世界

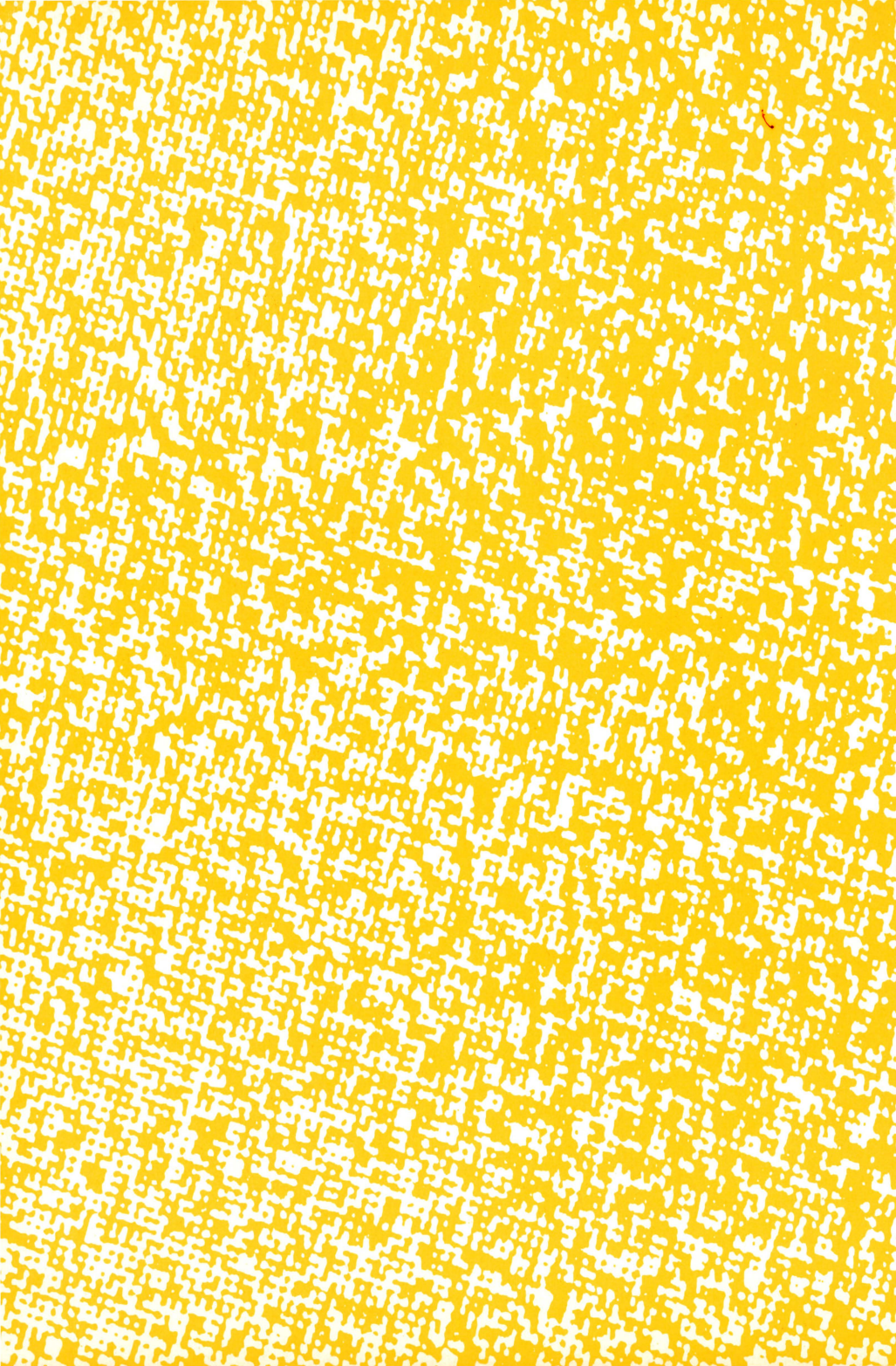
おたくマニア、コレクターたちのアングラ・マーケットのすべて!

ブランド信仰,お宝発掘ブーム,
アニメ&ゲーム神話……。
一億総マニア化現象の裏で進行する
あなたの知らない,もう一つの闇経済

おたく、マニア、
コレクターたちの
アングラ・マーケットのすべて—！

海賊版ビジネスの世界

海賊版ビジネスの世界
YONONAKA
KONNA MONDA
KANE KANE

INTRODUCTION

彼らのビジネスは、永遠になくならない!?

いわゆるマニアやコレクターの世界では、こんなあきれた光景が、現在水面下で進行しているという。

＊

都内の某私大の建築科に通う千葉君（仮名・二十五歳）は、設計業務用のコンピュータ・ソフトであるCADの国内有数のコレクターの一人。といっても、これまで一度もお金を出してソフトを買ったことはない。俗に「ウエアーズ」と呼ばれる市販ソフトの交換場をインターネットで開設し、世界中から集まるCADソフト・コレクターたちと夜な夜なソフトの交換をするのが彼の日課になっている。ちなみに、このCADソフト、高価なものだと五、六百万円もする、一部のコレクターにとってはまさにのどから手が出るほど欲しい代物なんだとか。

もちろん、こうした市販ソフトの交換自体、あきらかに著作権法に触れる行為だ。だが、千葉君の場合はそれだけにとどまらなかった。この「ウエアーズ」でタダ同然で集めたソフトをCD-Rにコピーし、パソコン通信やインターネットで集めた会員宛てに、有料で定期的に配布しているのだ。百二十人ほどの会員から月々入ってくるお金の合計は、半年間でなんと五百万円近くになる。

＊

小学校の時に『セーラームーン』にはまって以来、アニメの女性キャラクターに心奪われ、B級アイドルの親衛隊などにも参加していたという筋金入りの「おたく人生」を歩んできた田中君（仮名・二十二歳）は、一方でアニメやアイドルのいわゆるレア・グッズのコレクターでもある。そんな彼が、ほんの一年前に手を染めた裏ビジネスは、なんと当時二十万円ものプレミアが付いていたという超人気ゲームの販促グッズの偽物製造販売。原価四千円ほどのまがい物を五十個作り、五万円の価格を付けてインターネットで

売り出したところ、一週間で四十個があっという間に捌けたという。製造から販売までたった一人で行なったというが、結局彼の元には、二百万円ほどの大金が転がり込んできたのだ。

＊

これまで集めたソフトの数は、正規品、海賊品合わせて数万タイトルという、自他ともに認めるゲームソフト・コレクターのN氏（二十五歳）は、自ら主宰するゲーム・サークルの会員向けに、上海ルートで仕入れた海賊ソフトのDM販売を行なっている。日本のゲームショップでは絶対並ぶことのないファミコンやスーファミの海賊版は、モノによっては高価なプレミアが発生する場合がある。N氏の場合、自分が編集・発行人をつとめるゲーム・コレクターの同人誌を通じて、これまた自らが決めたプレミア価格を紹介しつつ、それらを会員に販売する。現在会員数は二百人ほどというが、それでも過去一年半の総売り上げは千八百万円。原価を差し引いても、千三百万円もの利益が上がった計算になる。

＊

にわかには信じがたい話だが、彼らのこうした違法ビジネスの動機はどれも同じだ。曰く、「それを欲しがる人間がいるからこちらは提供するだけ」――そこにあるのは、市場原理そのままの単純な構図でしかない。

＊

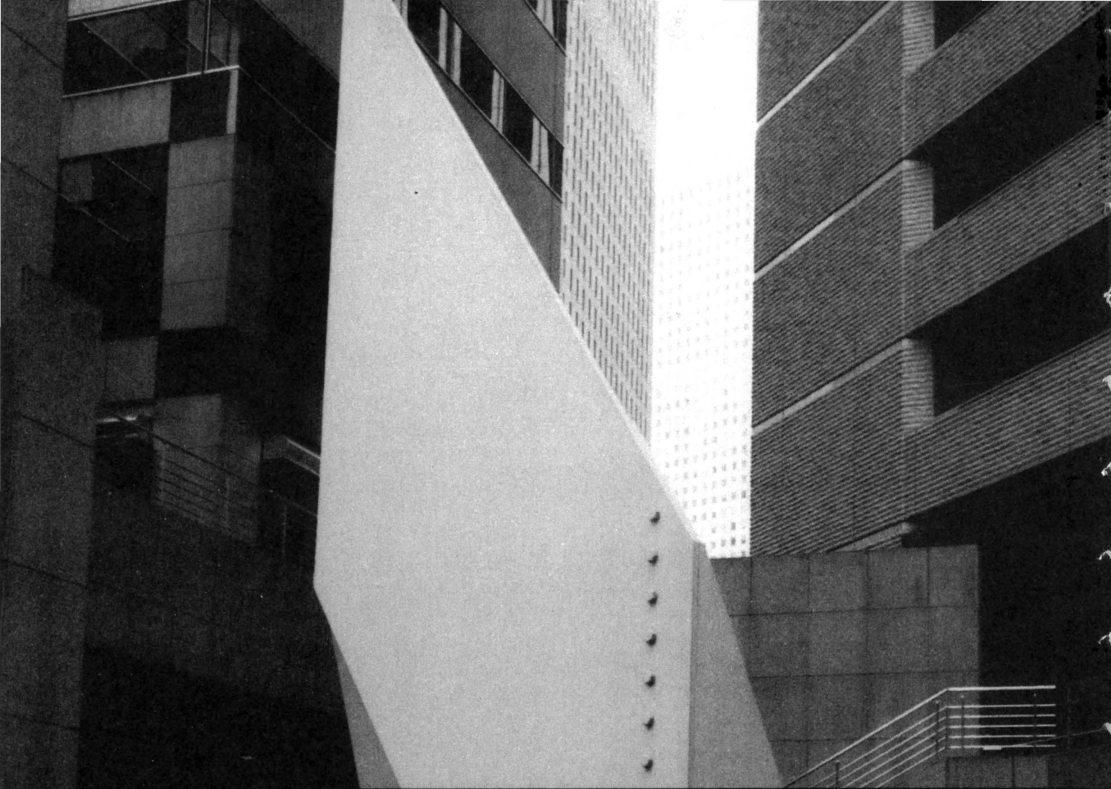
この本には、「おたく」や「マニア」「コレクター」と呼ばれる人たちの、これまであまり語られることがなかったアンダーグランドな市場経済の成り立ちと、そこで暗躍する「商人」たちのあきれるばかりの儲け話が多数登場する。それぞれのマーケットはたかだか数万人という小さな規模でも、個人の儲けとなれば決して少ない額ではない。コツコツ働くのがバカバカしくなるような話のオンパレードに、読者は驚かされるはずだ。

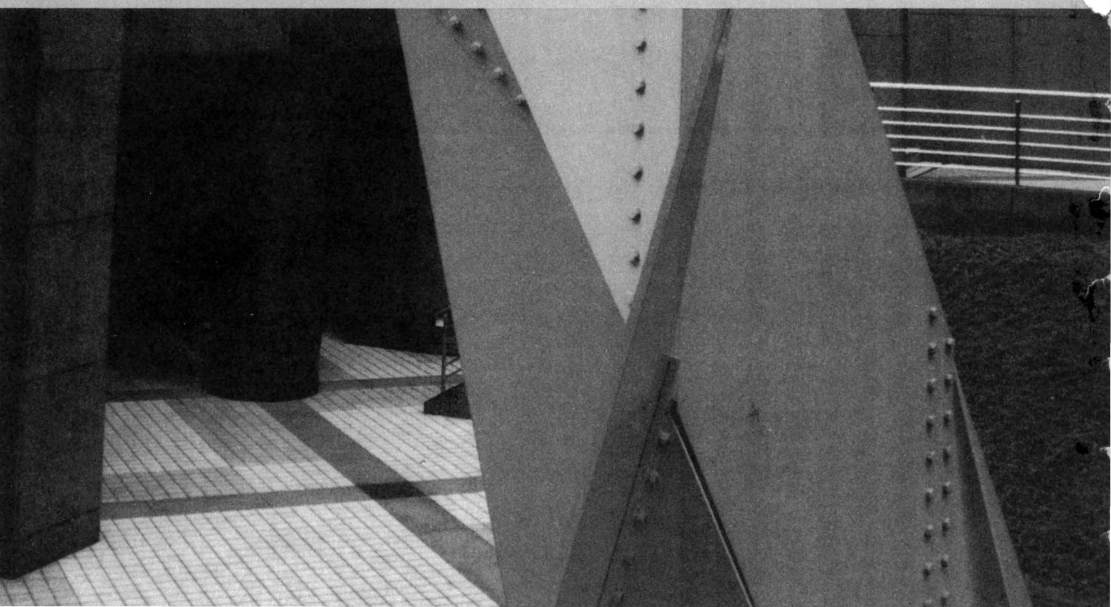
とはいえ、まるで他人事のようにあきれてみても仕方ない。いまだブランド信仰が幅を利かせ、お宝発掘がブームとなり、ゲームやアニメなどのおたく文化が巨大市場を形成するに至ったこの「高度消費社会」が続く限り、彼らのビジネスは永遠になくならないからだ。

こうした時代に生きる私たちは、この先、いつどこで彼らと関わらないともかぎらない。

別冊宝島三六五号　海賊版ビジネスの世界　目次

Part 2 ▼▼▼▼ お宝グッズ プレミア・バブルの果てに

表紙立体イラスト＝野崎一人　表紙撮影＝任博堂
本文イラスト＝山本ゆき子　本文写真＝大西基＋大嶋健＋八島崇
写真提供＝毎日新聞社＋共同通信社　表紙手動写植印字＝江口正文(マリオ・アイズ)
本文タイトル印字＝スリーセブン　表紙・タイトルデザイン＝中山銀士＋杉山建慈

プロローグ

一攫千金

裏ビデオ販売……………一ヵ月の売り上げ最高7500万円

DMヒット率3.5%の"名簿ギャンブル"

裏ビデオ業者——
それは正確には、「裏ビデオ」と称して表ビデオを不正コピーして販売する
20代後半の青年社長が経営する新手のビデオ通販業者だった。
当時チラシ制作の業者として彼の事務所に頻繁に出入りしていた「私」が見た、
一本400円の生テープが7000円もの「人気商品」に見事に化けるまでの一部始終

ウラジミール
(フリーライター)

※本文中の人物または特定の地名などはフィクションですが、私自身が、見聞きしたものに加え、当時、チラシ制作のＤＴＰを請け負った数件の同業者の話を総合した、ノンフィクションといっても過言ではない話です。

「世の中不況とはいうけど、正直言って世間の皆様に申し訳ないよ。へへへ。もっとも、この仕事を始めた当初は冗談抜きで、億にさえ手が届く見込みがあったんだ……」

屈託なく笑う彼の背後から、バイトの中国人留学生が計算用紙を片手に報告に現われる。

「え〜っと、今日付けの集計ですが、代金引換便の注文分が二百八十七件、銀行振込の注文分が二百八件、合計四百九十五件ですね。注文平均が二万六千五百円ですから……今日だけでだいたい千三百十一万円の売り上げです」

都内某所のある事務所。看板は見当たらない。とはいえ、ここは場末の雑居ビルでも貸事務所が密集する地域でもない。かなり高級といわれる住宅地にある、新築の貸しマンションの清潔で機能的な一室である。二十畳ほどもあろうか。

広々とした室内では若い男女が黙々と、しかし希望に満ちた表情で懸命に荷造りに精を出している。時折、彼らの口から漏れ聞こえる会話は、たいてい中国語だ。簡易印刷機や自動紙折り機の軽やかな回転音が彼らの動きに変拍子を添える。地下なので窓はないのだが、作業が夜間にかかろうとも近隣への騒音の心配は皆無である。室内の最奥には整然と並べられたビデオデッキが二十台ほど稼動し、モニターには場違いともいえる映像、女性のあられもない姿が無音声で映し出されている。が、見飽きてしまったのか、誰ひとりその映像には関心がなさそうだ……。

これは、ある裏ビデオ業者の事務所の、午後のひとこまである。かれこれ六年前の話だ。

元ホストの青年社長

裏ビデオ業者——正確には「裏ビデオ」と称して表ビデオを不正コピーして販売しているこの連中と関わりを持つようになったのは、ひょんなきっかけからだった。「社長」は当時、私と変わらぬ二十代後半、身長一八〇センチの清潔な好青年である。表情も穏やかで、時折見せる柔和な笑顔はあたかも上流家庭の子女を彷彿とさせる。実際、私が最初に彼と出逢ったときには、まさか裏ビデオ販売を生業にしているとは想像さえつかなかったものだ。

彼は高校へは進学せず、大検を経て某有名私大に入学するも一年で退学したという。生来のルックスを生かしホストクラブでアルバイトをしているうち、ある町金融経営者と知り合う。この金融業者は生業のほかにポーカーゲーム店やスナックも経営しており、多少の資金力を持っていた。金融業者は青年の頭の回転のよさを見込んで、裏ビデオ販売業の開業とそれに対する資金の融資を申し出る。青年はビデオ販売はおろか、商売の経験すらまったくなかったのだが、この話に彼流のアレンジを加えて、「裏と称して表ビデオを海賊コピーして販売する」アイデアと、その具体的な方策を次々とものにしたのである。

まずは労働力の確保である。折しも中国から「就学生」という名目で、若い不法労働者が押し寄せていた時代である。彼らを使えば人件費は多少安くなる。なおかつ、通販業務に絶対必要な条件の一つ――つまり漢字の読み書きに不自由しない。金融業者は自ら経営するスナックの中国人ホステスからのつながりで、四人の若い中国人男性を準備した。

コピー生産用の安物ビデオデッキが二十台。レンタルビデオ店から借りてきたマスターテープを再生する再生専用機が二台。モニター一台。生産済みビデオを分類整理し保管する大きな棚が二つ、作業用の机、数本の電話回線、そして比較的騒音対策のとれた事務所。これが始まりだった。

一方、当時の私はフリーのDTP屋だったのだが、開店まもなく休業状態。この業者が発注する卒倒モノのチラシを請け負うのは、けっこうな収入源となっていた。

後述するが、この青年は金払いの非常によいことで、私をはじめここに出入りする他業者――印刷機会社や封筒卸業者、または名簿業者の間でも評判であった。私とこれら他の出入り業者との違いは、ビデオ広告チラシの内容、つまり画面撮影やコピー書き、頻繁に変わる品揃えと、それに対応するための数種類の版下を作成するために、比較的この事務所に頻繁に顔を出していたことであろう。

やがては、私のためにパソコンと、当時はまだ高かったレーザープリンタまでも用意してくれたので、私は半ばこの青年や、また手作業に追われる中国人留学生たちにも、共に働く仲間意識さえ持つに至った。

違法な商売を、あいまいな情景描写で美化するつもりは毛頭ない。そこは不正にコピーした表アダルトビデオ通信販売の現場なのだ。一本四百円の生テープが七千円に化ける場なのだ。にもかかわらず、私は今でも、あの明るく希望に満ちた、楽しい職場の雰囲気を懐かしく思い出すのである。

良質な名簿

この仕事はある意味で農業に似ていた。つまり播種期と収穫期、そして農閑期である。

播種期――その種となるのは、なんといっても良質な名簿である。この業者の広告戦略の中核となる手段はDM、郵便によるダイレクトメールであり、名簿の選定は生死を決するといっても過言ではなかった。

この青年がいう「良質な名簿」とは大雑把に説明すると次のような性質の名簿である。

①一人暮らし、独身男性でビデオデッキを所有すると思われる、購買力のある二十～三十代

②アダルト、大人のおもちゃ、宅配風俗関係利用顧客名簿

③本物の裏ビデオ購入者名簿

どの名簿も鮮度が第一であることは言うまでもない。

たとえ一年半以内に集められた比較的新しい名簿であっても、ひどい場合などは送付したDMの四割近くが転居または住所不明として返送されてくる。

また「他業者」――この青年のようなビデオ業者をはじめ、各種DM業者に荒らされた名簿は敬遠された。理由は明白である。DMを見てビデオを注文し「ダマされた」

写真と本文は一切関係ありません

回数の多い人間の名簿ほど、名簿自体の価格も安かったのではあるが、安易にこれらの低価格名簿に飛びつくのは愚の骨頂である。こういった「荒らされた」名簿の場合は、当時の価格で一人あたり十〜二十円、「まあまあ良質な」名簿になると五十〜二百円という価格だったはずだ。逆に、「半年以内の、裏ビデオ購入者名簿で一度もDM業者が使用していないもの」に及んでは、一人あたり千円以上の価格がつくことも珍しくはなかった。

　これら良質な名簿の提供先は、もっぱら大阪にある名簿業者に頼ることが主であった。ビデオDMともなると、必要な名簿数は五〜六桁である。数回にわたり大量の注文を続けることにより、名簿業者もこの青年の会社を「お得意さま」として遇することになる。需要にマッチする、鮮度のよい名簿は業者が入手したその時点で、青年に電話で伝えられた。このことが他業者と差をつける重要な鍵ともなったことは言うまでもない。

　ビデオに限らず通販の世界では、DMに対する反響率をもって、その名簿の善し悪

しを決する。一%（つまりは、百人にDMを送付して一人が商品を購入）をぎりぎりの損失分岐点と考えるところが多いようだ。

この青年の会社の場合、名簿一人あたりの金額が通常の通販よりも高額であったため、後述する客単価（ビデオ購入者の平均注文金額）が変動しないと仮定して、だいたい一・五%以下で赤字、二%でトントン、三%の大台に乗って初めて「儲かった」といえるのである。

ちなみに私が知る限り、この会社の最盛期のもととなったある名簿――やはり大阪の名簿業者から購入した、新鮮な裏ビデオ購入者リスト（ただし他業者が一度使用したもの）は、一人あたり二百五十円の名簿であったが、結果は青年の予測を大幅に超えて三・七%を記録したそうだ。その数字の意味するところは――四人のバイトと一カ月の労働に対する、七千五百万円の回収金額であった。

自転車操業

……と、こう書くと、さも低資本で、利益率のよいビジネスとの印象を与えてしまうかもしれない。が、よく考えてみてほしい。

たとえば、名簿を一人あたり二百円としよう。また、今でこそ一色刷り・葉書サイズのチラシ投函が主流になってはいるものの、数年前では本物の裏ビデオ業者でさえ、カラー印刷の上質紙である。百円以下で収まるはずもない。チラシ制作費を一枚あたり百二十円としよう。

さらに、チラシには注文票と、それからこれが平均注文単価をつり上げる小道具となったのだが――サービス券の存在がある。「五本以上注文の方には一本サービス、七本以上の場合は三本サービス」とすることにより、平均注文単価は劇的に向上した。この「サービス券」なるものの小細工についても後述するが、ともかく、大判チラシ＋サービス券では定形郵便では収まらない。DM郵送料を一人あたり百円としてみよう。さらには、入手した名簿を封筒に宛名書きしなくてはならない。宛名書き業者の平均は当時で封筒一枚あたり十円であった。

さて、ここまでで、二百円（名簿）＋百二十円（チラシ制作費）＋十円（封筒宛名書き）＋百円（DM郵送料）……一人に発送するDM一式の総計は四百三十円となる。これを少ないときで三万件、多いときで十万件以上、送付するのである。

たとえば、四百三十円のDMを三万件送る場合だと、単純計算で千二百九十万円。これが投下金額である。その三万件のDMに対して、二%の注文率があったと仮定しよう。六百人である。平均注文単価が二万五千円では、回収金額は千五百万円。注文票が最終的に金銭に換わるまでの経費を差し引けば、よくてトントンである。利益率そのものは、さほどよい仕事ではないことは、この説明からもおわかりいただけると思う。

したがって、少しでも利益を多くあげるために青年は、郵送によるDM送付のほかに、主にワンルームマンションに狙いを定めた投函部隊によるポスティングを、都内全域に展開することを常に並行していた。

こうして最初の資本金から少しずつ利益を上向きに誘導し、回を重ねるごとに名簿の質、また送付するDMの数を増やしてゆ

くのだ。
絵に描いたような自転車操業ではあるが、この青年が活躍した当時はまだ競争相手も非常に少なく（都内ではおそらく初めて）、十万件のDMに対して五回連続して三・五％の反響率、平均客単価二万八千円などという、現在の同業者では考えられない数字さえはじき出していたのである。
大阪で本物裏ビデオが一本二万円前後で取引されていたその頃、この「裏と称して表ビデオの海賊コピーを販売する」仕事は、そのやり方さえ誤らなければ、はっきり言えばオイシイのであった。

〝店内試写〟の裏側

より多くの利益を生むためには営業上の小道具、小細工も欠かすことはできない。
初期には、「店頭にて試写あり」の一文を挿入した広告をビデオ関連雑誌に掲載したこともあった。あまりにも頻繁な電話攻勢で、業務に支障をきたしたのですぐにやめてしまったのだが、要するに――。
「店頭販売をご希望されるお客様にはあらかじめ試写室でサンプルをご覧に入れることも可能です。要電話予約。十七時より二十一時まで。秋葉原駅より徒歩六分」
というのがその謳い文句である。もちろん、試写室はおろか店舗などあろうはずもない。
この問い合わせに対応するために、別に用意したのは、転送電話回線だけである。応対のメッセージはいつも決まりきったもの。いかにも舌足らずな若いバイトを装う演技力も、ポイントである。
「申し訳ありませんが、ただいま試写ご希望の方で大変混み合っています。ウチはマンションの一室なんですが、階段に行列ができてしまい先ほども管理人さんに騒がしいとお叱りを受けてしまいまして……。いまご予約されますと……ええとそうですね、四時間以上お待ちいただく形になってしまいますねぇ。明日もそれ以降も……ええ、そうなんですよ。試写が大変ご好評をいただいておりまして……モノですか？　まぁ、私もバイトの人間なんで、本当のことを言うと店長が不在のときなど、たまに仕事サボって見ることもありますけど……そうですね、画像は大阪の裏業者と比べても、かなりいいんじゃないかとは思いますよ、正直な話。ま、なかには洋モノなど三回ダビングものもあるようですが、その辺はあまり詳しくは教えられません。人気作品とかは、やっぱり画質勝負だ、って店長も言ってますし」
――とでも言えば、少なからぬ客が「店頭による試写」を諦め、郵送による注文に切り替えてくる。電話は社長の当初の予測を超え、多いときなど一日に数十件、しかもそれが夕方に集中するのである。同じ人間から短時間に五～六回、電話がかかってくることもまれではない。
「北海道から出張してきたんだけど、明日帰らなくちゃならないんだ。どうしても、ダメ？　なんとか見せてもらえないかな……」
ある中年男性はまるでビデオ試写を見ないことには帰るに帰れない様子であった。なんと、外で五時間でも待つというのである。
「ウチは二十一時閉店なのですが……では二十時四十分頃、もう一度電話いただけますでしょうか。店長がいま外出しているの

ですが、その頃には閉店作業で戻ってくると思いますので……」

もちろん、「店長」などいるはずもない。しかしこの中年男性、最初の電話は夕方五時だったのだが、それから一時間おきに、「まだ店長さんはお戻りになりませんか」と几帳面に確認の電話をかけてくる。この男性の最後の電話を受けたのはもう午後九時だったのだが、こちらが閉店の旨を告げると、「試写は諦めるものの、どうしても購入したいので店を開けておいてくれ」と迫るのだ。

結局、中国人留学生が秋葉原の駅まで「配達」することで、この男性は納得して帰っていった。彼が粘りに粘って購入した商品の総計は三万円以上。すべて、この男性の地元にある貸しビデオ屋で、安価に借りられるものばかりだった。

「バッチリすべて見せます」

広告チラシの文句を馬鹿にしてはいけない。以下の広告文は、その当時使用していたメイン・チラシのそれである。タイトル

写真と本文は一切関係ありません

は、

「バッチリすべて見せます！全国へ完全密送！」

「コレはスゴ過ぎる！ノーカット鮮明版のド迫力！」

そしてやや小さめの、しかしやはり目立つ色調の活字で、

「貴方のビデオコレクションの買い取りも致します！ホームビデオ撮影可。変態物大歓迎。U.S.A.または香港現地版ダイレクトコピー、生撮りワークテープ特に歓迎」

……。

賢明な方はここでお気づきになると思うが、「ノーカット」という言葉は「フィルムを時間的に短縮することのない完全版」という意味である。映画をはじめ、どの表現物の世界でも、「局部モロ出し」の意味はなかったはずだ。今でこそ、「ボカシなし」「裏本番」などという表現はチラシにも当たり前に使われるようになったものの、当時この業界の広告制作では、それらの言葉は極力避けるようにしていた。

なお、余談だが「女子高生モノ」をよく「女子校生モノ」と表記してあるビデオパッ

ケージを目にするが、あれは苦肉の策であって、誤植や印刷ミスではない。「女子高生」ではビデ倫審査に通らないのだ。「買い取り致します」云々は、当たり前ながら、完全な嘘である。

この手法は、たとえば「男性出張ホスト登録料詐欺」などでも多用される常套手段でもある。いかにも女性向けに印刷した「出張ホスト」のチラシの隅のほうに小さく「男子ホスト同時募集」と入れ、わざと独身男性が住むと思われるマンション、アパートに投函、または女性コミック誌などに広告掲載するのである。驚くべきことに、ありもしない「男性出張ホスト」への登録料、すなわち女性客からの依頼に応じて随時仕事を斡旋するための——という、まるで信憑性のない「初期登録料」として、これらの業者に即日で二〜三万円を銀行振込する男性は、数年前のこととはいえ後を絶たなかったそうである（この手の「出張ホスト」広告は一時期、アダルト関係月刊誌で散見された）。

この「男性出張ホスト登録料詐欺」を詳しく書けば、悲喜こもごもの面白い読み物になるのだろうけれども、ここでは詳述しない。いずれにせよ、ろくな審査もせず無節操に広告掲載することの是非はともかく、アダルト雑誌における広告の効果は侮ることができないのだ。

限定会員制

ハデに目立つタイトルをつけたら能書きも忘れないことが重要だ。以下はその一例である。少々長めだが、当時のチラシの一文を紹介しておこう。

「レンタルビデオなんかじゃもうガマンできない方、この機会に是非どうぞ！当店は近年地下流出買付に努めて参りました流出ビデオ専門業者でございます。先日の、関西での同業他店諸問題等もすべて片付き、当店も万全の体制にて営業再開の運びとなりました。昨今のAVプロダクション乱立と過熱競争の果てに、アダルトビデオ制作メーカーは大手までもが赤字、倒産などに見舞われ、また各プロダクションの内部分裂等の余波もあり、中堅クラスの作品はもとより、これまできわめて入手困難だった

AV界の大物人気女優のノーカット作品までが入手可能となりました。このたび当店では会員の皆様の強いご要望に応えるべく、日夜事情通との折衝を重ね最新流出版入手に成功し、東京支店開設の運びとなりました。付きましては、それに伴い全国より限定会員を募集致します。作品の内容、性質上世間一般への広告等は極力控え、信用のおける会員様方のみを対象に末永いお付き合いをと考えております。今回は新規会員募集のため、特別価格にて御奉仕させて頂きますので、この限定期間中に是非ご利用下さい。また、会員登録を希望しない方は今回のみのご購入でも結構です(当店への記録は一切残りません)。今後も以前同様会員様方の御要望にお応えすべく努めて参りますので宜しくお願い申し上げます」

　ここまでお読みになった方ならもうおわかりであろうが、文面を粉飾するそれらしき単語、文句はすべて嘘なのだ。「限定会員制」を謳うので、価格表の下に(これも、わざと小さめな文字で)、たとえば、「会員資格は初回お申込みより六カ月間有効、以後更新可。ただし最新入手作品および特殊版は別途価格となります(最新作入手情報は郵送にて追って発送されます)」のような説明も忘れてはいけない。

　この後に、ビデオ・タイトルが延々と続く。商品のタイトル・ラインナップは随時変更される。そのため、月に何本も発売される新作は、『ビデオ・ザ・ワールド』などアダルトビデオ専門雑誌を欠かさずチェックすることで、おおよその情報を得る。

　また、読者の投稿欄などで息の長い人気タイトルを、常に頭に入れておくことも重要なポイントとなる。長期にわたって人気を保ったのは白石ひとみ、朝岡美嶺など当時の大物AV女優であった。

情報収集

　ビデオ・マニアからの電話質問は時として鋭いものもある。もちろん、情報源としても有効だ。

　こんな電話があった。

「白石ひとみのAって作品……これはたしか、三カ月前から流出物が出回っているんですよね。でもお宅で扱っているBは……これ、流出してるんですか!? どのマニア雑誌見てもそんな情報載ってなかったんだけどなぁ」

　そういうときは口先で逃げるしかないのだが、たどたどしい口振りでも、また、あまりによどみなく話しすぎてもいけない。思うに、海賊ビジネス成功の一つの条件として、演技力は欠かせないものなのである。

「ああ、それですね……ええと、ちょっとお待ちください(ここで手元の紙やノートをめくる音を立て、いかにも入荷先を調べているふりをする)。あ、これですね、白石のB。これはですね、先月、香港から持ち込まれたマスター一回落とし物……となっていますね、こちらの入荷リストでは。画質チェックは入荷と同時に行なっておりますので、画質ランク表示にも間違いありません。たとえば、お客さんがご覧になったというビデオ雑誌ですが、日本でまだ騒がれていない裏流出タイトルでもですね、人気女優だったら香港ではかなり早くから出回るんですよ。むしろ、雑誌に情報として載ったら遅いぐらいなんです」

　果たして、香港で日本のAV女優の裏流

出ビデオが広く流通しているものかどうか、私は知らない。もちろん青年社長も知らなかったにちがいない。

　情報収集は雑誌媒体にとどまらない。この青年社長は夜中、目をつけた同業者のゴミ漁りも定期的に実行していた。夜中に、ワゴン車で都内に点在する同業者のゴミ捨て場を一巡するのである。有名なアメリカのハッカーであるケビン・ミトニックも「ゴミ漁りはハッキングの基本だ」と語っていたが、ゴミは時として貴重な情報をもたらしてくれる。

　同業者のゴミからそこでの売れ筋、販売方法や生テープの格安な卸業者、また屋外での投函ルートと思われる、マーカーペンで地域ごとに丸のつけられた、複数のコピー地図(ポスティングの際、他業者の投函とあまり時期的な間隔を置かず、地域が重複することは好ましくないゆえ、これは重要な情報であった)、さらには死に金であるビデオ販売の利益をいかに「表に出す」かについての方策など、貴重な資料や情報が続々発見されたこともあるそうだ。

　現在、まっとうな通信販売や今をときめくインターネット関連業種で成功を収めている会社のいくつかは、かつてその資金をこの青年と同様の「海賊ビデオ販売」で稼ぎ出したという人も少なくないはずだ。

　こうして得た情報をもとに「どちらかといえば不人気な」作品と織り交ぜながら、信憑性のある商品ラインナップ表を作り上げるのだ。

　画質ランク表も用意してあったのだが、わざと「比較的不人気な企画もの作品」に最高画質を示す星五つを、また前記の朝岡美嶺や白石ひとみ、卑弥呼らの「超人気タイトル」に対し、あえて星三〜四つの「評価」を下すことにより（このあたりのバランスは微妙なのだ）、チラシはより信憑性を増し、購買欲をそそりうるものとなるのである。

締め切り日

　また、ほとんど目立たないような、あえて都合の悪い記述を隠すかのような画質の説明も大切な要素だ。

「生産には厳重な品質管理をしておりますが、タイトルによっては流出経路の関係にて、また素人撮り作品については撮影状況などによりマザーテープそのものに画質の劣るものも一部含まれております(画質2以下となる物等)。これらの作品について、画像解析、音声抽出にはある程度の限界があり、流出作品の性質上ワークテープからの直接ダビング生産で、またはマスターからの一回落としではないことを御了承ください」

　価格設定も重要な点である。ちなみにこの業者は「二本以上の注文のみを受け付ける」と前置きしたうえで、二本一万四千円、三本一万六千八百円、五本二万三千八百円……十本三万八千八百円に設定していた。本数が増えるごとに一本あたりの割安感を抱かせることがポイントである。

　そして、さらには「新開店御礼サービス券」なるものを添付する。これはきれいに印刷されたメイン・チラシとは別に、さも手作業で作ったかのようなワープロ印字に「担当者の印鑑」を捺印するという手間の入れようである。機械的できれいなだけのチラシではダメなのだ。華美なフルカラーの印刷物と一緒に、あたかもサービス券一枚

一枚に捺印してメイン・チラシに織り込む、実直かつ誠実そうな従業員の影を浮かばせなければならない。

　青年社長はにんまり笑みを浮かべながら、よく言っていた。

「カラー印刷のパンフレットだけじゃ体温が感じられないよね。でも、この朱肉印鑑付きサービス券をつけると、なんかこうさ、耳に鉛筆をはさんだ人のいいおじさんが一枚一枚、丁寧に広告を作っている感じが出るでしょう?」

　この「新開店御礼サービス券」は、まとめ買いによる割安感との相乗効果により、それを導入する以前よりも平均注文金額を大幅に引き上げる、大切な小道具でもあったのだ。注文方法は主に現金書留による送金と、郵便局の代金引換ゆうパックによる発送を客が自由に選択できるようにする。

　この青年が語るところによると、いつのDMに対しても、ほぼ現金書留三割、代引七割の注文率に分かれるそうである。注文票、または現金書留の送付先はもちろん「私設私書箱」である。さらに転送電話サービスを介した電話番号と屋号(「○○企画」「××通信」などの名称)を添える。

　もう一つ、忘れてはならないのが、申し込み締め切り日の設定である。商品は本物の「裏ビデオ」ではない。あくまで「裏」と称した「表ビデオ」である。ある期間までに大量に受注し、一挙に発送しきらなければ話にならないのだ。締め切り日はDM発送予定日より二週間後に設定することが、この会社の常であった。

　これがDMが全国の各住所へ行き渡る日数に加え、長すぎない程度の余裕を加味した日数なのである。最初の注文はDM発送日の二日後かもしれない。それからあまりに長い日数を置くのは、早めにきた注文すべてを無効にする恐れがある。これで、晴れて一プロジェクト分のビデオ販売チラシの完成である。

名簿ギャンブル

　こうしてできたチラシの下書きを受け取り、パソコン上で作成し、出力センターを経て印刷屋へ持っていくのが、当時の私の仕事であった。

　もちろん、封筒を宛名書き業者へ依頼することも忘れてはいけない。印刷済みチラシと宛名書き済み封筒が納品されれば、バイト総動員で手作業による封入作業に突入する。三万件程度なら二~三日で済むのだが、十万件近くなるとこの作業だけでかかる日数と人件費は膨大になる。

　ある日、青年社長は私にしみじみと語ったものだ。

「たしかに動く金額は大きいかもしれない。でも自転車操業なんだよ。三千万の利益があっても、次のプロジェクトで二千七百万

写真と本文は一切関係ありません

を投資する。それで今度は三千五百万の利益をあげたら、今度は三千万を……そうしてどんどん純利益が大きくなればいい。しかしさ、もし何らかの事情で、あるときに高価な名簿を購入したにもかかわらず注文率が一%以下だったら、この仕事そのものが終わってしまうんだよ。

これは、いってみれば名簿を使ったギャンブルなんだ。一つのプロジェクト(名簿購入からある一つの屋号における、商品発送と換金までの過程)が一巡するまでに約二カ月かかる。その間にチラシの封入作業がある。また同時に、屋外での投函作業も並行しなければ二カ月間、収益が途絶えてしまう。この莫大な人件費も考慮しなければならない。いま、俺は自分に対して日給一万二千円を支払っているけど、それ以外自分の楽しみのためには金は使うことができない……これが実際のところだ。儲かった時点でやめてしまえば別だけれどね。でも続けるなら、どうしてもそうなる。

一度、一回のプロジェクトで七千五百万の売り上げがあったときには、もうこれで事務所を閉鎖しようかと思ったよ。四人の

バイトの子たちに退職金を百万ずつ渡しても、七千万まるまる残るしね。これだけあれば数年は何もせずに食っていける。
……だから最近つくづく思うんだ。このビデオ通販業務で誰がいちばん潤っているのかといえば、ここの業務に関わるバイトや外注業者だよ。俺は結局、中国人留学生や印刷関係業者に仕事を提供しているだけなんじゃないか、ってね。俺のやっていることといえばまるで就学生の雇用促進、ニューディール政策みたいなものだよ」

ともかく、DMを滞りなく全国へ向けて発送すれば、この会社の業務――ある屋号での、一販売プロジェクトの中核をなす「播種期」は無事終了となる。あとはそのまま、注文を待ち商品発送に備える「収穫期」になだれ込むのだ。

「へぇ。やるねえ。騙しビデオ業者の売り上げを騙し取った奴がいるらしいよ」

ある日、印刷業者との電話を終えた青年社長が感心した口振りで私に話しかけた。

「五反田のビデオ屋……ほら、こないだ俺がゴミ漁りしてきた会社だよ。あそこさ、私設私書箱を使わないで、代金引換の売り上げ為替を、あのあたりの本局郵便局に『局留め』として送らせていたんだって。そうしたらさ、怒った客が業者になりすまして郵便局まで行って、為替を全部持っていったらしいよ。やるなぁ」

要するにこういうことである。裏のつもりで表ビデオを買わされて怒った客は、印鑑屋でその業者の屋号の角印を作成し、さらに文房具店で白紙の身分証を購入して自分の写真を貼り、角印を捺印して偽の「その屋号を持つ会社の社員またはアルバイト」になりすましたのだ。そして本物の業者より先回りして、その局留め郵便局から現金書留を丸ごと頂いてしまったというわけである。

この「局留め被害」に遭った業者は、のちに私が間接的に聞いただけでも都内に三件あった。

ルーティン・ワーク

「収穫期」――つまりこの間に、返送されてきた注文票を分類する。繰り返すが、注文票および現金書留の送付先は私設私書箱である。現金書留の場合はそのまま回収すれば問題はないものの、代金引換による注文の場合、代金の送金希望欄（これはゆうパックのラベルに印刷されている）で「普通為替」を選択するのである。

これにより客が配達の郵便局員に支払った代金は、郵便物の差出人（この場合はビデオ屋の「屋号」）持参の為替として、差出人住所へ送られてくる。これを郵便局へ持参し換金するのである。普通為替の換金には別の小道具――柘植の角印や住所・社名入りラバースタンプなどの換金アイテムが必要になるのだが、ここでは詳述しない。これらの注文票を郵便局発行の所定の小包、またはゆうパックラベルに書き込むのであるが、その数は膨大である。

幸いなことに、この会社で働くバイトは皆中国人留学生、または不法滞在者だったので、漢字の書き取りにはまったく支障がなかった。

また、チラシに印刷された（転送電話サービスを中継した）電話番号にかかってくる、商品についての問い合わせ電話に応対することも仕事の一つだ。社長自ら演技力を最

大限に発揮し、バイトを装いつつもあくまで「画質のよさ」を強調する。裏映像であることなど当然である、という態度は欠かせない。もし、「他の業者にダマされた。お宅も騙しじゃないのか?」などと質問された場合は毅然とした態度をとらねばならない。

「毎度ご注文ありがとうございます。あ、初めてご注文される方ですか? どうしてウチの存在をお知りになったのでしょうか。ああ、DMをご覧になった方ですね。お問い合わせありがとうございます」

このセリフは、当時、彼らの常套句であった。

「ウチの方針はあくまでリピーター注文の獲得ですし、今さら騙し業者もいないでしょう。そういう業者さんは淘汰されますからね。他業者については存じませんが、もし信用なさらないのでしたら、お送りいたしました広告チラシは破棄なさってください」とはっきり告げる。

ちなみに、発送した商品が各注文者に配達された頃から、電話はいっさい不通――正確に言えば留守番電話専用となる。当然ながら客からのクレームを無視するとともに、注文票を送付してから比較的日数の経つ客に不信感を与えないためでもある。

「毎度ありがとうございます。○○企画です(以下不在を伝えメッセージ録音を促す)。なお、前回○月分ご注文のお客様に関しましては、当方の手違いによりキャンペーン期間の特別サービスカタログの発送が遅れております。会員の方へは現在鋭意発送中ですので今しばらくお待ちください」などと、「さも以前から、目立ったトラブルもなく営業している」ように思わせるメッセージを適宜吹き込んでおくのだ。

チラシに印刷した締め切り日より二週間ほど経過するまでに、すべての発送ラベルに記入し、「商品」であるコピービデオを郵送すべく包装作業に入る。これは非常に手間のかかる仕事であり、バイトの学生たちを総動員して行なう。普段はこぎれいな事務所が一転して作業場に変身する。包装し終えた小包はその都度段ボール箱に詰められ、ワゴン車に詰め込まれる。すべての注文票をこなしたら、いよいよ発送だ!

これが海賊ビデオ業者の、一プロジェクトにおけるルーティン・ワークであった。プロジェクトは年間に四~五回行なわれていた。一回のプロジェクトが完了、つまり最終的に発送した商品の代金引換が一〇〇%成立すると、それから約一カ月は、売り尽くしてしまったコピービデオの補充生産と次回のプロジェクトに使用する名簿の選定にあてながら、しばしの休息を取るのである。とはいえこの間にも並行して屋外での投函は続けられているので、長期の休暇など望むべくもない。実際私が知る限りでは、この青年社長はめったに休みも取らず、また豪勢なナイトライフを楽しんでいた気配すらなかった。むしろ生活は質素だったはずである。

同業者

ここまでお読みになった方は一つの疑問をお持ちになっているかもしれない。「そんな商売をしていて、客とのトラブルはなかったのか?」「暴力団関係者が介入してきたことは?」「警察に目をつけられたことは?」……もっともな疑問である。私だって常に

その点は青年社長に、好奇心だけではなくささやかな自衛の意味をも込めて質問したものだ。
　聞くところによれば、裏のつもりで表のビデオを購入させられた客が怒ってチラシに記載されている住所――つまり私設私書箱――に乗り込み、受付のおばさんを刺し殺してしまった事件が、かつて新宿で起きたそうだ。おばさんにしてみればとんだ災難である。しかし海賊ビデオ販売会社は、客との暴力沙汰とも、また暴力団関係者による介入とも無縁であった。幸運だったのかもしれない。が、少なくとも青年社長や私が知る限り、他の同業者のほとんどはフリーター、あるいは夜間を有効に使いたいか脱サラを考えている普通の会社員――つまり暴力団関係者とは無縁の、どこにでもいる普通の人々であった。
　私がＤＴＰ屋として関わったこの業者は、結局、この海賊ビデオ販売を三年近くも続けていた。
　今頃は、この青年も名簿ギャンブルに負けることなく、もしかしたら資金を少しずつ堅実に運用して、時流に乗ったインターネット関係の会社でも設立していたかもしれない。あの、信じられないような、予想だにしなかった出来事のおかげで、投資した金額が丸ごと水泡に帰さなかったならば、だ。
　この間というもの、私は自分の想像すらしない方法で、見たこともない金額を稼ぎ出す、私と同じ歳の青年の経営するこの海賊ビデオ販売会社を、近距離からつぶさに観察してきた。何を今さらと思われるかもしれないが、学生時代におぼろげに捉えていた「社会」というもの――大企業で出世するか、医師や弁護士の資格を取得する、あるいは一芸に秀でて文筆や音楽でヒットを飛ばす――いわゆる「大金」を稼ぐことと、これらの血のにじむような努力やそれを開花させる類まれな僥倖とは、たとえ観念的ではあっても、切り放しがたく結びついていた。それは間違いではないかもしれぬ。
　しかし、どんなものにも例外は存在する。そしてもしかしたら、「社会」とは、実は例外だらけなのかもしれない。
　青年社長は仕事が終わると、私をよく夕食や居酒屋へ連れていってくれたものだ。彼がしみじみ語った言葉を、今でもはっきりと覚えている。
「たしかに、俺はついていったのかもしれない。スタートの段階で小金を貸してくれたオヤジもいたしね。でもさ、ある同業者なんて、昼間は勤め人なんだけど、ワープロで作成したチラシを会社帰りに十円コピーで大量に複製して、夜中に自分の居住地域にあるすべてのワンルームマンションに投函することから始めてるんだよな。
　さすがに俺は、たとえアイデアはあってもそこまでする気にはならなかったと思う。今はけっこう羽振りがいい、あのスタジオ○○はそうやって資金作ったんだ。俺もつい数年前までは貧乏フリーターだったし。金使って遊んだこともなかった。
　いま、俺がやってるのは、ゲームみたいなもんさ。まだ若いし、扶養しなくちゃならない家族がいるわけでもないし。今ある金がなくなったって、それまでの従業員の給料と業者へ支払う分さえ清算済みならば、ホントに困るってわけでもない。変な話に聞こえるかもしれないけど、こうしていっ

たん何かのきっかけで金を握ってしまうと、拍子抜け、っていったらおかしいかもしれないけど『ああ、大金つかむのって簡単じゃないけど、でも決して夢なんかでもないんだよな。きっと、金なんか死ぬ気で作ろうと思えばどうにでもなるんだろうな』って、妙な余裕が生まれたことはたしかだよ。逆に言えば『所詮は金にすぎない』ってことなのかな。

だからさ、もしこの仕事がある日突然うまくいかなくなったり、でなければ俺が著作権法違反で訴えられるかで、今までの稼ぎが全部消えて一文なしに戻っても、心の中に生まれてしまったこの余裕、ハングリーな危機感や欲望だけに人生を翻弄されない余裕っていうかな……これだけは残るだろうね」

これは彼の偽りない実感だと、私は思う。「収穫期」を無事に終了すれば、後の数週間〜一カ月は「農閑期」である。商売の経験のある方なら誰でも経験則として知っているように、とくに二月と八月に売り上げは落ち込む傾向がある。

この海賊ビデオ業においても然りであっ

た。ゆえに、この「農閑期」（実際は閑なのではなく、次の名簿の選定や商品であるビデオのコピーを生産する時期なのだが）を、なるべくならこれら注文の落ち込む傾向にある時期に重なるように予定を組むよう心がけていた。

万事休す！

……そして、ある年の瀬、というには少し早い十一月の半ばのことである。いつも名簿を発注している大阪の名簿業者から連絡が入った。

「本物の裏ビデオ購入者名、包茎矯正リング購入者、宅配ホテトル顧客名簿、それから先頃閉店したレンタルビデオ店の顧客名簿が大量に入荷しました。ほとんどが京阪神地域……とくに神戸に集中していますが、どれもここ三日間に入荷したものばかりで、いまだ一度もDMに荒らされていないヴァージン・リストです」

名簿は、一度もDMに荒らされていない新鮮なものほど理想的である。件数はおよそ十万件。名簿の種類にもよるが、一名あたりの金額も相場より安く感じられた。ややあって、青年社長は決断した。

「それ、全部買い取ります……」

十万件である。名簿が郵送されると同時に、文具卸業者より大量の白紙封筒を箱ごと購入。今回の名簿はタックシールに印刷されているので、専属のバイト留学生、そして派遣業者に依頼した別のバイト学生を総動員して封筒にシールを貼ることから作業は開始された。

ヴァージン名簿が十万件。注文率がもし三％を超えたならば、今までにない大きな収益となる。名簿の性質からしてその勝算はかなり高い。DM発送まで相当額の人件費を覚悟しなければならないが、それを投資してあまりある成果は充分に期待できたのだ。

いずれにせよ、なんとか郵便局の御用納め前に発送しなくてはならない。

シールを貼り終わり、緊急に依頼したチラシとサービス券が揃ったのが十二月中旬。しかし、普段の倍の人手を投入して徹夜の封入作業に明け暮れるも、さすがに十万通である。しかも今回は大判のサービス券を作成したため、封入作業に思わぬ時間がかかる。

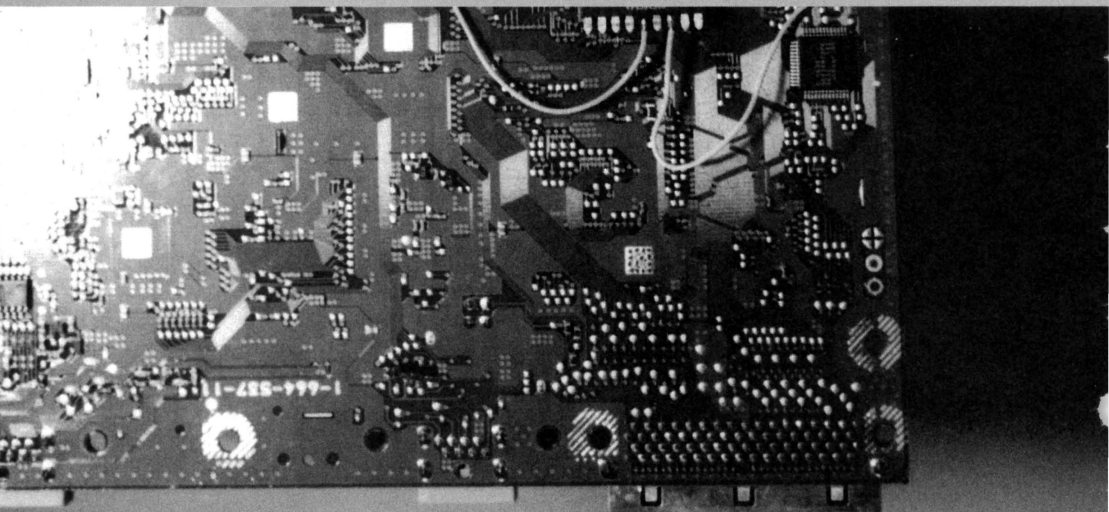
「こりゃ年内は無理だな……」

計算上ではDMが発送可能体制になるのは一月十日。もちろん、暮れも正月も完全返上である。バイト留学生たちの思いはさまざまであっただろう。

しかし、なんといっても社長の支払う高額な年末特別日給は魅力的であったし、どのみち二月はかなり暇になる。なんとか封入作業を完了した一月十日、東京中央郵便局の大口受付窓口に届けられたDM入り段ボールは、優に三十個を超えていた。総数十万通の壮観な光景であった。社長にもバイト学生にもさすがに疲労の色は濃かったが、DMさえ発送すればこの苦労も報われる……。

だが、彼らの最後の苦労が報われることは、ついになかった。阪神大震災である。主に神戸地域に集中して発送されたDMは、ほとんど宛先に配達されることはなかったのだ……。

PART 1

ゲーム
マニアたちの戯れ

スーパーファミコン・コピーソフト販売……一年間で売り上げ約二千万円

ゲーム業界を震撼させた
国内初の大量海賊ソフト販売業者
摘発事件・顚末記

俺たちの、コピーCD大量プレス工場

「万世橋警察だ。全員立てっ！」――。その瞬間、事務所のいつもの光景は、非日常へと変化した。海賊ゲーム・ソフトを複製して売る俺たちのビジネスは、終いには、中身をそのまま自社のロゴ・マーク入りCDに複製し、某プレス工場で大量生産するまでになっていた。どこの世界で、コピー品にⓒを入れる奴がいるのか。まったく、感覚が麻痺していたのだ。

佐々木哲史（仮名）

今となっては過去の苦い思い出だが、俺は、九四年の八月頃から国内でスーパーファミコンのゲームソフトの違法コピーCD－ROMの販売を始め、総額二千万円もの大金を荒稼ぎした末に、翌年十一月に、著作権法違反の容疑で警察に逮捕された「S研究会」と称するコピーサークルの主要メンバーだった。

逮捕当時は、日本初のマルチメディア犯罪ということで、新聞各紙（『読売新聞』は一面）やテレビなどでも大きく報じられたりもしたので、読者のなかには、あるいは、この騒動のことを覚えている方もいるかもしれない。逮捕者は、俺を含め、サークルの頭（リーダー）と、もうひとりのスタッフの計三人。俺たちは、その日の夜のテレビ朝日の『ニュースステーション』で、顔写真まで流され、日本のコンピュータ犯罪史に輝かしい？功績を残すことになったのだ。俺が、まだ二十歳のときである。

今でこそ当局の取り締まりが厳しくなったが、少し前までは、香港やタイなどのアジア諸国はもとより、欧米ですら、ゲームやコンピュータソフトのピーコ、つまりコピーは、日常茶飯事のように行なわれていた。日本だって例外ではない。ソフトのレンタルショップがあちこちで大手を振って営業していたほどで、こうした店が著作権法上違法な営業として摘発され始めたのは、たかだか十年前の話だ。つまり、最近のことである。あの秋葉原を牛耳る「ソフマップ」だって、もとをただせば、高田馬場にあったレンタルソフト屋である。商売としても、かなりうまみがあったのだ。

実は、S研究会の頭も、以前はレンタルショップの経営者だったが、その後、摘発を受け、店は閉店に追い込まれた経験を持つ。しかも、国内初の摘発店というオマケまでついて、である。この手の犯罪は、誰かのチクリがなければ、警察はまず動かない。おおかたライバル店にトラックを突っ込ませるなどして営業妨害をしていたバチが当たったのだろう。

もちろん、俺たちが後に違法ソフト販売で警察に捕まったのだって、当然、心当たりがないわけじゃない……。

〝ビルが建つぞ！〟

そもそも、俺がこのサークルの頭と知り合ったのは、彼が高田馬場でレンタルショップを経営している頃だった。後に禿げ上がる頭の額にもまだ髪の毛がフサフサ残っていて、その頃俺はまだ中学生だったが、店の常連客のひとりだったのだ。店員の態度がやたらとデカくて、自分のミスを客に金銭でふっかけてくるなど、店に対する周りの評判はあまりよくなかったと記憶している。

それから二年ほど通って、店が著作権法違反で摘発を受け閉店してしまったため、その後は、店のことも、そこの社長のことも、俺の記憶の中からはすっかり消えてしまっていた。

高校卒業後、片手間にコンピュータソフトのプログラミングのバイトをしていた俺は、ある日、友人から、コンピュータソフトの小さな制作販売会社を紹介された。そして、代々木にある事務所を訪れると、そこの社長というのが、なんとあのレンタル

ショップのおやじだったのだ。まったく、因果な話だ。

まもなく、俺はこの会社のスタッフとして迎え入れられ、しばらくは、小さなアプリケーションソフトを作ったり、他の細々とした仕事をこなす日々が続いていた。事務所のスタッフは俺を含め三人。といっても、仕事がないときのほうが多く、暇なときは、事務所に置いてある当時大ブームだったスーパーファミコンに打ち興じるというのが、俺たちの日課だった。そんなわけで、会社の経営状態は日増しに悪くなり、事務所の家賃も支払えないようなひどいありさまだったのだ。

さすがに、まずいと思ったのだろう。ある日、事務所で某コンピュータ&ゲーム関連の雑誌の特集記事を眺めていた頭が、俺たちスタッフに突然、こうのたまったのだ。

「今度はこれや!」

たしか記事のタイトルは、〝海外コピーソフト市場〟――だったと思う。香港、タイ、台湾などのアジア諸国で売られている違法コピーCDの紹介と、購買マニュアル的な記事で、「香港では、スーパーファミコンの市販ソフトが全部入ったコピーCDが五万円ほどの値段で売っている。そのコピーCDを、動かすためのコピーマシンも売っている」――そんな内容の文章が書かれていたと思う。

「このコピー装置を国内で高値で売れば、それだけで一台何万円もの利益になる。コピーCDも一緒に、一枚二万円で売って、あっという間にビルが建つぞ!」

過去に著作権法違反で逮捕されているにもかかわらず、こうしたコピーCD販売の違法ビジネスでひと儲けしようという悪企みで、頭(リーダー)の頭の中はいっぱいのようだった。

とらぬ狸のなんとやらとは、まさにこのこと。頭の言葉を聞いたときは、そんな簡単にビルが建ってたまるか、と俺は思った。だが、冷静に考えると、雑誌の特集になるくらいだからそこそこの市場があるのだろう、との思いもなくはなかった。いや、正直に言って、ひょっとしたら儲かるかもしれない、いや、うまくやれば何億もの金が転がり込んでくるかもしれない――などと、思ったのである。儲かれば一度くらい捕まってもいいとさえ思った。

結局、捕まったときには頭がすべての責任を負うということを約束したため、誰ひとり反対することなく、こうして「S研究会」はスタートした。つまり、この「S研究会」は、ソフト制作販売会社の裏の顔であり、そういう意味では、会社ぐるみの犯行だったのである。

ちなみに、この「S研究会」という名称であるが、サークルの宣伝をするために街頭での配布用に作ったティッシュに、そう書かれていたのがそもそもの始まり。どうせ〝頭がひらめき〟ってやつで、意味不明な名前を勝手に決めたのだろう。深い意味などなかったのだ。

香港買い入れツアー

まるで、瓢箪から駒といった話だったが、俺たちは翌日から、さっそく、準備に取りかかった。

事業を展開するにあたっての費用は、頭がどこからか用立ててきた。「百万円くらいなら、すぐに出るさ」などと頭は言っていたが、当時の会社の経営状態からすれば、

百万円という金額は、けっこう大金だったにちがいない。たぶん、翌月分の俺たちの給料をそのまま資金にあてたのだろう。万が一、事業が頓挫すれば、俺たちの給料はいっさい出ない。さすがに、いざスタートしてみると、この先どうなってしまうのだろうという不安が頭をもたげたりもした。

それから、わずか一週間後に、スタッフのひとりが航空チケットをHISで購入し、香港へ違法ソフトの買い出しに向かった。俺は、パスポートがなかったので、残念ながらこの現地買い出しツアーには参加できなかった。

当時の香港のスーファミの海賊ソフトは、今と違って、フロッピーでの一タイトルごとの販売（現在はCD－ROM）が中心だった。後で買い付けに行った本人に聞いた話だが、いちいちフロッピーを揃えていくのも面倒くさいと思い、業者が別に持っていた元ネタ（といってもこれも違法にコピーされたものだが）がたんまり入った非売品のCDを、片言の英語で「オールCDプリーズ」とかなんとか言いながら、強引に買い付けたという。もちろん、値段は、一タ

イトル二百円という単価に単純にタイトル数をかけた値段、つまり、CD一枚で五万円程度、全タイトル揃えるには四枚ほどのセットになるため、合計二十万円ほどの金額になったらしい。

今の相場なら、せいぜいCD一枚五百円そこそこだろうが、当時はこのCDがあれば簡単にゲームソフトのショップ営業ができたため、それなりの高値がついていたのである。値引きもいっさいなかったらしい。

もっとも、原価は高くても、元ネタさえ仕入れてしまえば、後はそれを複製すればいいだけの話だ。しかも、日本国内で本物ソフトを購入するとなると、それこそ二十〜三十倍もの金が必要になる。そう考えると、あながち高い買い物ではなかったのだ。

CDのゴミの山

さて、当然のことながら、現地で購入したCDを、そのまま輸入販売していたのでは、大した儲けにはならない。俺たちは、これの海賊CDをコピーして、国内で販売することを最初から考えていた。

この間、日本にいる俺は、当時出たばかりの一台四十万円もするCD-R装置(CD複製機。当然、等速)を購入し、一枚三千円(現在は二百円が相場)もするメディア(コピーする前の何も情報がインプットされていない生CD)を使って、さっそく事務所で、CDコピーの試運転を始めていた。

一口にコピーといっても、作業は予想以上に手間がかかった。今でこそ、直接焼き込むことが可能になったが、当時はまだ、元ネタのCDの内容を一度ハードディスクに保存しなければならなかった。この作業がまた時間がかかり、大変なのだ。86sx-33/8m/320mbなんてスペックのマシンがまだ二十万円近くする時代に、一ギガのハードディスクと富士通のFM/Vを購入しての複写である。当然といえば当然の話である。しかも、今のCD-Rと違い、昔のCD-Rは、焼き込みの速度が遅く、ついでに書き込みミスを起こすことが非常に多い。おかげで、コピーの完成品が仕上がる確率はかなり低く、事務所内はあっという間に、焼き付けに失敗したCDのゴミの山と化したほど。だいたい三回に一回、うまく焼ければいいほうだった気がする。

こうした状況は、注文を取り始めてからも変わらず、結局、一時間ちょっとでやっと一枚、二十四時間二交代で作業を行なっても、せいぜい二十枚焼ければ上出来という状況がしばらく続いた。しかも、その二十枚の半分近くに、これまたなんらかのミスが発生する。一日十枚の完成品が仕上がれば恩の字である。実際は五〜六枚がいいところで、最盛期には、注文数をすべて捌くなどというのは、ほとんど不可能に近い神業だった。

しかも、その様子を傍らで見ていた頭が、いらつくばかりで何もしない。「それなら自分でやれよ!」と、文句の一つも言ってやろうと思ったが、頭は頭で、失敗したCDの山を販売店に持っていき、「不良品だ!」と因縁をつけ、新品と交換させていたのである。まったく、頭が下がるとはこのことだ。

……こうして、コピーCDの製造ラインが確立していったのだった。

口座開設

次にやることは、注文を取るためのシステムと集金のための口座開設だった。

販売はあくまでも通信販売だ。まずは、代金の振込先の確保である。普通は、すぐに身元が割れないように、偽名で開設した私設私書箱を使っての、メールオーダーで作った架空口座を利用する。だが、俺たちはそうはしなかった。どうせ、架空口座だろうと何だろうと捕まるときは、捕まるのだ。最悪のケースを考えて、俺たちが考えた方法は実に簡単だった。とある知り合いに口座を作らせたのだ。

場合によっては、そこから自分たちの身元が割れる可能性のある知り合いの名義をなぜ使ったのか。その理由は、こうだ。

もし俺たちの違法行為がバレて、スーパーファミコンの製造元である任天堂が刑事告発を行ない（著作権法違反はあくまでも親告罪）、警察が捜査に乗り出したとしよう。まずは、チラシなどに書かれた「S研究会」の振込先の口座が押さえられ、口座の名義人のところに、警察の家宅捜査ないしは取り調べが入るはずだ。しかし、名義人は、俺たちが何をやっているのかを知らされていないし、違法行為そのものを行なっているわけではないので、いくら本人を調べたり、家に踏み込んでも、証拠は挙げられない。もちろん、その際に、俺たちの存在がバレるだろうが、新たに警察が内偵を行ない、礼状をとって俺たちの事務所に踏み込むまでには、いくばくかの時間がかかるはずだ。その間に、名義人から俺たちに連絡が入るだろう。俺たちは、最悪の場合を想定して、証拠となる営業上の帳簿などいっさいつけないことにしていたため、連絡を受けた時点で、コピーをやめてしまえば、仮に後日家宅捜査を受けても、証拠不充分で逮捕される心配はないということだ。CD-Rやコピーソフトを持っているだけでは違法とはならず、複製を行なっている現場に踏み込まれさえしなければ、大丈夫なのである。こうした手口は、スタッフみんなで六法全書を読みあさり、市販の法律関連の書籍を買いあさって研究した賜物である。もちろん、頭の会社の顧問弁護士にも

相談したりもしたが。
とはいえ、口座を作る際に、当の名義人が、自分の名義を使われることにすぐには了承しなかったのは言うまでもない。が、相手がこちらに返済不可能な借金があったため、それをカタに相手を説き伏せ、強引に口座を開設させてしまったのだ。銀行は審査の甘いといわれていたF銀行にした。ちなみに、これは後に税務署の職員に聞いた話だが、郵便貯金の場合、郵政省の直轄であるため、法務省管轄の警察は、すぐに口座を押さえることができないらしい。複雑な手続きが必要となるため、少なくとも、一、二カ月の猶予が発生するとのことだった。
さらに、俺たちのサークル宛の郵便の宛先として、新宿の西にある、この世界では有名な私書箱を利用した。もちろんこちらは偽名である。また、その私書箱の住所を使い、あちらこちらから合計八本の転送電話を事務所に敷いた。
実は、俺たちが事務所でCDのコピーにてこずっている間、頭ひとりでこの一連の口座開設の手続きを済ませてしまったのだ。
「いざというときの備えで、準備は前からしてあったんだ」と頭は言っていたが、たぶん、以前からこういう商売に手を出そうと考えていたのだろう。

商業誌に広告掲載

ここまでくれば、あとは顧客獲得のための宣伝活動を残すのみである。といっても、この商売が成功するか否かは、ほとんど、この広告活動いかんにかかっていたことは、言うまでもない。
まず最初に考えたのは、ポケットティッシュによる街頭宣伝。「入会金二十万」と「S研究会」の文字が印刷されたポケットティッシュを、頭がどこかの印刷会社を通して手配し、スタッフ総出で秋葉原の街で配布したのである。毎週土日、寒い冬の秋葉原で、オウム系DOS／V屋に交じって、昼から夜まで、さんざん配布をしたのだが、これはまったく効果がなかった。注文を受けたのはたったのひとりというありさまである(残ったティッシュは、つい最近まで家で使っていた)。
しかたなく、今度は、頭が経営していた昔のレンタルソフト屋の、当時の会員リストを引っ張り出し、ほぼ全員にダイレクトメールを送ったのである。ちゃんとデータになっていたので、作業自体は、シールに住所・氏名を印刷し、それを封筒に貼って投函するという、楽な仕事だった。他にも、頭がかつてコンピュータ機器の中古買い取り屋（よくもまあ、いろいろな商売をやってきたものだ）をしていたときの顧客名簿を事務所から探し出してDMを発送したり、さらには、海外にあるインターネットの無料ホームページを利用して宣伝をしたりした。が、いちばん効果があったのは、次の方法だった。
ある日、頭がある広告代理店の営業マンを電話で呼び寄せたのだ。もちろん、コンピュータやゲーム関連の雑誌に「S研究会」の宣伝広告を載せる目的でだ。
普通の代理店だったら、間違いなく断わっていただろう。商業誌には、広告審査というものがあるからだ。こんな、違法コピーCDを売る業者の広告など、一般商業誌に掲載するわけにはいかない。

しかし、相手の代理店は電話一本で、すぐに飛んでくるほどの商売熱心さで、月に数十万円の広告費を出すといったら、二つ返事でOKとなったらしい。

もっとも、この代理店、今でもプレイステーションのコピープロテクトを解除する装置や、違法CDの起動専用のNintendo64のコピーマシンの販売をする業者などの広告を性懲りもなく扱っている。この手の怪しい業者の間では有名な代理店らしかった。

かくして、俺たちS研究会の違法CD販売の広告は、この代理店を通じて、俺たちが商売を始めるきっかけともなった記事を掲載した前述のコンピュータ&ゲーム・マニア雑誌に掲載されることになったのだ。

当時の広告の文面は、こんな具合である。

「みなさん、寒い季節になってまいりました。我々は自分たちの信じる正義を全うする為に立ち上がった正義であります」

まず、ド頭には稚拙なワープロ文字で、前記のような意味不明な文章が並んだ。さらにその下には、「SFC CD-ROM ¥40000 市販されているスーファミのゲームソフトがすべて入ってます」。これは、誰がどう見てもコピーソフトのCDの広告だ。一枚増えるごとに二万円割り増しになり、五枚組の全CDソフトの値段は、十万円にもなる。

さらに「SFC用バックアップマシン ¥4

スーパーファミコン用バックアップ機

0000」「上記用CD-ROMドライブ¥40000」というコピーが続く。〝バックアップマシン〟といえば聞こえがいいが、これはいわゆるマジコンというやつで、主に東南アジアで普通に流通している、コピーソフトを動かすためのマシンだ。本来はカートリッジ型のソフトであるスーパーファミコンでも、このマジコンさえあれば、CD-ROMにコピーしたデータを読み取ることが可能になる。当時から、裏ものマニアの間では、密かにブームとなっていたシロモノだった。当然、これがなければ、コピーソフトは動作しないわけで、要するに、ソフトとハードを一緒に売りさばいたわけである。後者は、あくまでも輸入モノとして扱ったのだが、それにしても、それらがすべて同じ値段というのも、かなりいい加減な価格設定であることを、自らバラしているようなものだったのである。

しかし、結果は上々だった。広告掲載号が書店に並んだ直後は、思ったより反響がなく、一瞬諦めムードも漂ったりもしたが、まもなく注文が急増し、十日後には、百万円を超える入金が俺たちの口座に記録された。

クレームは日常茶飯事

それからというもの、俺たちのビジネスは、やればやるほど金が転がり込んでくるといった状況だった。といっても、メインはあくまでも、コピーCDのほうであり、こちらはこちらでコピーそのものがおっつかず、思うようにはかどらないCD-Rにイライラさせられる日々が続いた。途中でマシンを買い換え、CD-R装置が二倍速になったものの、焼け石に水の状態だった。

客が雑誌広告を見て、電話をかけてくる。電話注文と同時に、その場で代金の振り込みをお願いし、すぐに注文のCDを複写して、発送する。ラベルなんてモノはないから、そのまま封筒に入れるだけだ。もちろん、バックアップマシン＝コピー機本体のほうも、在庫を抱える金銭的余裕などなかったため、現品なんて事務所内には当然ない。注文がある程度たまった時点で、CDの元ネタを購入した先の香港のお店から、十台単位で直接こちらに送ってもらい、客に発送していた。仕事はこんな作業の繰り返しだった。

その場しのぎの家内工業であったため、当然、客のクレームも多かった。発送ミスや郵便事故なども日常茶飯事だったが、理由はなんであれいったんトラブルが発生すると、この手の客は、すぐに喧嘩腰になる。そういう連中に対しては、こっちが何を言っても買うやつは買うのだからと腹を決め、かなり高圧的に接することにした。「おまえら！訴えるぞ！」と、感情をむき出しにしてくるやつには、「どうぞご勝手に。あなたも捕まりますよ（厳密に言えば、コピーCDであることを知っていて購入すれば、それだけで犯罪になる）」と、ガチャンと電話を切る。半面、「頑張ってください」という励ましの電話をもらったときなどは、妙に気持ちが高ぶったものだ。

もちろん、トラブルがあれば私設私書箱のほうに現物を送ってもらうのだが、それにしてもだ。現地から取り寄せるコピー機本体には、実に故障が多かった。しかも、不良品以前の問題で、電源逆差しや、中身とケースが違う、あるいは中身が入ってい

ない……などという、単に現地の業者の不注意から起こる単純なトラブルが十台に一台のペースで発生するのだ。これをわざわざ海の向こうに送り返すのも面倒な作業だったため、返品せずにその場で勝手に俺たちが修理して、別の客に発送することもよくあった。言葉が通じないこともネックになったのは言うまでもない。

修理といったって、大したことをするわけじゃあない。分解して、接点復活剤という魔法の薬――ちなみにこれは、千円程度で秋葉原などの電気屋で買える――を本体に吹き付けて、組み立て直す。あるいは、不良品同士の部品をいろいろ取っ換えてみる。不思議なことに、これで大半は動くようになるのである。要は、組み立てがしっかりしていないだけなのだ。現地の工場では、わけのわからないおばちゃんが適当に組み立てたものを、しっかり組み立て直すだけの話なのである。

ライバル業者

その後も商売は順調に売り上げを伸ばし、ついに三カ月目には、事務所を新宿に移し、ビルの一フロアを借り切るほど、俺たちの事業規模は大きくなっていた。その頃までには、スタッフも四人増え、七人ほどになっていた。頭は、コピーソフト販売で儲けた金をもとに、他の分野に進出し、そちらのほうでもそれなりの収益をあげている様子だった。

ところが、うまみのある商売は、必ずマネをする輩が現われるというのが、世の常である。最初の投資金はCD-R本体と元ネタのコピーCD購入費、数十万円のみ。これだけ用意すれば、あとは大金が転がり込んでくる――そんなおいしい話ならばと、同業者が次々に生まれていったのも無理はない。まもなくして、俺たちのほかにも、何カ所かで違法ゲームソフトCDを販売する業者がいるというチクリが客から入ったのである。

彼らが扱うコピーCDの元ネタの出所は、俺たちS研究会の商品であることはすぐにわかった。業者の住所や電話番号を調べると、うちの顧客というケースがいくつかあったからだ。

こうした事実が判明して後は、明らかに業者とわかる客が注文してきたときなど、意図的に中に入っているゲームソフトのタイトル数を減らしたりして、中身を変えて発送したものだ。どうせ業者なんて中身など確認せず、そのまま複製して売ってしまうのだ。つまりこれは、他の同業者が扱う製品より、少しでもいい商品を自分のところで売るための差別化の戦略だった。

もっとも、こちらが新しく商品を増やすため、同じように他の業者から元ネタにするためのCDを購入するときなどは、やはり同じような理由から、タイトル数が減らされていたり、時には動かないソフトが交ざっていたりした。どっちも、どっちである。あまり記憶には残っていないし、客からの情報なのではっきりしない面も多いが、噂では、コンピュータオタク系の業者が一カ所、他にはヤクザ系の業者が二カ所あったらしい。

ちなみに、スーパーファミコンのコピーCDの中身は、発祥地・香港で決められたといわれているsfナンバーで管理されている。ナンバーは、どのソフトも共通してい

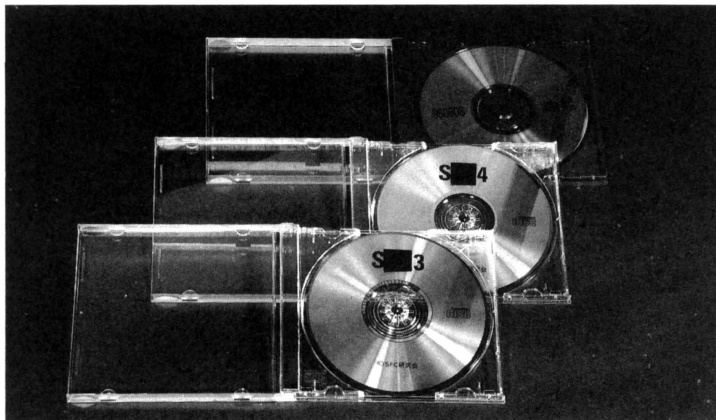
るのだ。そこで、このナンバーを手がかりに、人気ソフトの数字の部分をバキバキッと削除したり、適当な文章のファイルをその名前にすり替えたりすることで、ゲームソフトは簡単になくなってしまう。他の業者から入手したCDの場合、先ほどの理由から、改めて番号表を作り直さなければならないため、ゲームが一〇〇タイトルも入っているCDの中身を、一つ一つ起動確認するのが、実はいちばん面倒な作業だったのだ——。

月に数百万円の粗利

このような生活を一年も続けただろうか。前述したように、客からのクレームはあったとはいえ、大きなトラブルはまったくなく、違法な商売であっても、それがありきたりな日常と化していたのである。

朝、私書箱に郵便を取りに行く——銀行で入金を確認する——在庫をまとめて封筒に書きながら、電話の対応をする——夕方に佐川急便が荷物を取りに来るので発送——夜、研究会の経営している飲食店でうまい晩飯——こんな日常の繰り返しだった。

頭は頭で、S研究会の利益で前出の飲食店経営を始め、そこで晩飯をみんなで飲み食いするのが日課となっていた。俺をはじめ、スタッフの給料は、月二十万円そこそこ。俺たちはいいように使われていたわけで、今から考えれば、月数百万もの粗利に対するこの金額はあまりにも少なすぎると思うのだが、不思議なことに、金のことは当時誰もが気にしていなかった。生活費としては充分であり、毎日うまいものを食べさせてもらっているだけで、幸せだった。当然、利益の大半は頭が一人占めしていたのである。

商売が順調に運んでいることも災いしてか、結果的には俺たちの感覚は完全に麻痺していたといっていい。コピーCDを売るという作業に対する罪悪感も警戒心も、このときの俺たちにはまったく消え失せていた。商業誌への広告出稿も何の警戒心も持たずに、当たり前のこととして続けられていたのだ。逮捕までの半年間は、CD－Rでいちいち家内工業的に事務所で複写するのも面倒くさくなり、某大手プレス工場で、

「©S研究会」という文字まで盤面に記載したCD-ROMを本格的にプレスするまでになっていた。あきれた話である。どこの世界で、コピーCDに著作権を表示するんだ。後にも先にも、コピーCDを、こんなふうにプレスするといった大胆な行為を行なうやつは、いなかったろう。異常なことだとは理解できても、実感が湧かない。ただ、「すげー」と、笑うだけだった。

「S研究会」のロゴ入りCD

最後のほうは、直接スタッフが客に商品を手渡しするという、無防備な営業を行なうまでになっていたが、ここまですれば、すっかり外部に面が割れ、警察に逮捕してくれとこっちから言っているようなものである。そんなことだから、任天堂が告発の動きを見せるかなり前から、俺たちの誰かが警察に尾行されていたらしかった。あるいは、おとり捜査ってやつで、商品を直に手渡した客のなかに、警察の関係者がいたのかもしれない。

万世橋警察だ。全員立てっ！

ある日の朝、いつものように事務所を訪れ、コーヒーを飲みながら早朝の目覚めの一服を楽しもうと深くイスに座った、その瞬間、事務所内の光景は非日常へと変化した。

ドアを開け、背広を着たごついおやじが数人、わざとらしく足音を立てて、事務所内に乱入してきたのだ。

「万世橋警察だ。全員立てっ！」

周囲にも、はっきりと聞こえるように、ひとりが大声で叫んだ。家宅捜査である。あれだけおおっぴらに違法CDの販売を、しかも一年以上にわたって続けてきたのだ。警察が踏み込むのがむしろ遅いくらいである。警察は「任天堂社の『ドンキーコング・カントリー』をCDに複製、販売した疑いにより、家宅捜査を開始する」

刑事のひとりが、俺たちに令状を示すと、俺たちも負けずに、「そんなの知らないぞ」「CDなんて知らない」といった、刑事ドラマでお馴染みの犯人のセリフを吐くが、もちろん、警察は聞く耳を持たない。

最終的には、事務所にあった荷物の約半数に押収シールが貼られ、それらは、まもなく警察の用意したトラックで、証拠品として運び出されてしまった。

証拠品の押収作業が終わると、俺たちは

そのままパトカーに乗せられ、万世橋署へと連行された。このとき連行されたのは、俺と頭と他のスタッフの三人。そして、俺たちはすぐに別々の取調室に連れていかれ、取り調べを受ける羽目になった。

　取調室は、刑事ドラマでよく見たあの広くて殺風景なイメージと違い、むちゃくちゃ狭くて窓もなかった。ついでにいうと、刑事の吸うタバコの煙が部屋中にこもって、息苦しかったのを、よく覚えている。逮捕状はこの時点で出ていなかったために、これはあくまでも任意の取り調べだったが、それでも刑事の追及はかなりきつかった。

「こちらの調べでは約二千万円という数字が出ているんだぞ!」

(ざけんな! 俺がもらったのは純粋なバイト代か、それ以下の額だぞ! コンビニでバイトしてたほうが全然割がいいじゃないか)

「思ったより少ないよな、二億は儲けていると踏んだがなぁ」

(……!? 任天堂め、相当な被害金額を謳いやがって……)

　前述したが、著作権法違反は刑事事犯だが、あくまでも被害をこうむった者が告発して初めて成立する親告罪である。ということは、この段階で、すでに任天堂が俺たちのことを告発していたわけで、この数字から察するに、任天堂が警察側に提示した被害総額(つまり俺たちが売ったソフト数×正規の値段)は、相当の額だったにちがいない。

「で、おまえの社長は、おまえがすべてやった、と言っているんだがな」

　一瞬、俺は耳を疑った。あろうことか、俺は、この一連のコピーCD販売の首謀者であり、仲間をそそのかして違法行為をやらせていたことになっていたらしい。冗談じゃないぜ、まったく。血の気が引いたのは言うまでもない。

　この日はいったん帰され、翌日から、早朝に警察署に呼び出されて、同じことを延々聞かれるといった日々を数日間繰り返した。そして、一カ月後の朝、ついに、四人もの刑事が、逮捕状を持って実家に現われたのである。

「著作権法違反で逮捕する!」

　逮捕された理由なんて、実は俺だってわかっちゃいない。

　同時に家宅捜査も行なわれたが、それまで自宅なんてほとんど帰っていなかったため、パソコンなど警察が期待する証拠品などないに等しかった。俺は、そのまま留置所へ連れていかれたため、家宅捜査の現場にはいなかったのだが、家に残った家族の話によると、部屋にあったエロ本を片っ端から広げ、そのままの状態にして帰っていったそうだ。

濡れ衣

　その後のS研究会に関する捜査は、実におざなりだったといわざるをえない。警察側も、かなり面倒くさがっている様子で、端から見ると、単に話の辻褄合わせをしているような印象を受けた。

　こうして逮捕されてみて実感したのだが、やはり事実は、警察の捜査結果とは、他のところにあるのだと思う。都合のいい話があれば、その話に全体の証言を無理やりすり合わせ、辻褄を合わせることで、捜査を円滑に進めていくというのが、彼らのやり方だ。少なくとも俺には、そう感じられた

のだ。拘留期間の二十日間で、すべての証拠と証言を用意するのでは、やはりそうならざるをえないのだろう。

危うく、俺もこうした辻褄合わせの被害に遭うところだったのである。というのも、今回の件では、すべての責任を負うと言ってた首謀者であるところの頭が、三度目の逮捕だったために懲役を食らうことを恐れて、責任を俺になすりつけようとしたからだ。

ひとたび、警察によって描かれたシナリオを覆すのは、至難の業である。「おまえが首謀者だろう」という、強引な警察の取り調べに対して、否認するのがせいぜいできるくらいで、当初はこちらの言い分には、いっさい耳を傾けようとはしなかった。結局、儲けの大部分をため込んでいた頭の預金通帳がその後出てきて、頭の供述は簡単に覆され、俺が主犯という構図は、その時点で、消え失せることになったが、もし、こうした物証が出てこなかったと考えると、ゾッとする。

自分が不起訴処分だったから言うのではないが、警察の捜査なんてものは実にいい加減なものである。もちろん、殺人事件などの大事件ともなると事情は違うだろうが、所詮は「著作権法違反」である。ちゃんとした「捕まり役」（＝首謀者と見なされた者）がしっかりしていれば、他の者に追及の手が伸びることは、ない……というより、少なくとも俺たちのケースではそうだった。要は検挙する頭数さえ揃えればよかったのだ。

結局、俺は二十三日間まるまる拘留された後に、証拠不充分で、不起訴処分となった。ゲームソフトのコピーをしたことは認めたのだが、他のことはまったく知らないと言い通したのだ。著作権法では、それを

写真と本文は一切関係ありません

違反と知っていて配布したのか、知らずに配布したのかで、大きな差が出る。後者は、もちろん罪を問われない。すべての金の流れを頭ひとりが握っていて、俺たちは単に使われていたのだから、「知らない」というのは、あながち嘘ではない。検事調書にはいっさいOKのサインをせず、否認を通し、さらには、物証が一つもなかったこともあり、俺は、無事に解放されたのだった。

一方、頭のほうはといえば、拘留中にわいせつ図画の配布容疑で再逮捕され、さらに拘留期間が延長されたらしい。が、みっちりとっちめられた挙句に、罰金刑でカタがついた様子だった。もっとも、普通は、この他に民事での損害賠償請求というやっかいな裁判が待ち受けているものなのだが、詳細はここでは言えないが、こちらも任天堂との話し合いで、裁判は行なわないということで一件落着したようだった。

とはいえ、この一連の騒動で、本来なら支払われるべき俺たちの給料はその後も支払われることがなかった。俺の弁護士費用だって、本来なら、全責任を負うと約束していた頭が面倒みるべきことなのだが、こちらもいっさいなし。しまいには、「逮捕されたやつには金など払えない」という意味不明の理由で、うまい具合に煙に巻かれてしまったのだ。逮捕当時、一千万円以上もあったと思われるS研究会の儲けは、いったいどこにいってしまったのか、いまだに謎である。後から関係者から聞いた話で、そのほとんどを頭が女に貢いだというヒドイ話だった。

俺の留置所生活

ヒドイといえば、留置所での生活も、俺にはかなりしんどかった。話が前後するが、少しふれておこう。

最初やらされたことといえば、他の拘留されている容疑者に対する自己紹介。「著作権法違反で逮捕されました」と言ったら、「裏ビデオか?」という返事が返ってきたのには、笑った。

留置所には、いろんな人間がいた。いきなり「おちんちーん」などと叫ぶ頭のいかれたこそ泥や、シャブ中の青年……。それに、当時は、あのオウム事件華やかしき頃で、俺の同房人のひとりは、オウムの青山総本部前で拳銃を発射した、自称右翼のおっさんだった。留置所の中では、罪の大きい人が偉いというような雰囲気があったのも、また事実だ。

また、その頃やっていた雑誌の連載の打ち合わせをここでやったのも、今となってはいい思い出だ。新聞や雑誌も自由に読めるため、こういう生活も馬鹿には居心地がいいんだろうが、俺は馬鹿でもなきゃ、金持ちでもない。正直言って、その後の生活をどうしようかと、けっこう不安に襲われたりもした。情けない話だが、検事の取り調べやら（これが、実にうっとうしい。なにしろ、いつ始まるのかわからず、いつも何時間も待たされるのだ。この待ち時間は本当にいやだった）、将来の不安やらで、一度、胃に激痛が走り救急車で病院に運ばれたりもしたのだ。

おかげで、二十三日ぶりにシャバに出たときは、さすがに、えもいわれぬ開放感に感動したものだ。

拘留中に、Ｗｉｎ95と、俺の好きな『ドラゴンクエストVI』が発売され、死ぬほど

写真と本文は一切関係ありません

くやしい思いをしていたため、釈放された日には、万世橋警察署を出たその足で、秋葉原の電気街に向かい、さんざん買い物をして帰宅した。その後、現実逃避の意味で、ゲームに明け暮れる日々がしばらくは続くことになる。

広告を載せた雑誌の出版社やプレスを行なった会社の部長、そして、前述の広告代理店も、さんざん警察に呼ばれてとっちめられたらしい。さらに、客の何人かにも迷惑がかかったらしいが、こちらは多少の事情聴取を受けただけで、結局はなんのお咎めなしで終わったとのことだ。厳密に言えば、コピーCDを購入した客も、それを知っていて買えば著作権法に引っかかるのだが、大概の場合、免除される。というのも、具体的な儲けが出ていない場合は、まず、その対象にはならないからだ。警察も動きようがないのである。ただし、一部、証拠のためにCDの任意提出を強要された客もいて、それを拒否したところ、いきなり警察の家宅捜査が入ったという不運な人もなかにはいたという。お客さんに、こうした迷惑をかけたことは、今でも申し訳なく思

っている。

抜け道

　あれから、数年の歳月が流れた。

　騒動の直後に高校の同窓会があり、のこのこと出席した俺は、みんなの注視の的となり、「俺は何も知らなかった」などと、その場限りの言い訳をするのに、苦労した。高校時代の友達が皆知っていたのには、本当に驚かされたものだ。もっとも、人の噂のなんとやらで、一時は人目を気にしながらの惨めな生活を余儀なくされたが、今では、何食わぬ顔で、普通にゲームのプログラムの仕事に精を出す毎日だ。

　当時を振り返ってどうかといえば、もうあんな苦い経験はしたくない、というのが素直な想いだ。

　ただし、性懲りもなく今さらながらにして思うことなのだが、あのときは無防備なほどの大胆な営業が命取りになったわけで、そのことを除けば、まったくの抜け道がなかったわけではないということだ。つまり、こういうことだ。

　著作権を持っている会社（たとえば任天堂などのゲーム会社）が、告訴の検討をする。それが一カ月。証拠揃えのための調査期間が一カ月。書類作成に一カ月。告発後に行なう警察の証拠固めのための内偵期間が二カ月。犯人を特定するまでに一カ月。すると、告発準備から逮捕までにかかる時間は、最低でも半年間はかかる計算になる。ならば、半年ごとに業務を停止し、口座の名義を変えて、まったく違う手口を用いてまったくの別人が新たに始めたような形で、商売を続けていけば、永遠に捕まらないという理屈は成り立つ。実際のところは、どうなるかはわからないけど……。

　こうした違法コピーソフトの買い手は、けっこういるものだ。細々とやっていても、月三十万円くらいの収入は堅い。それだけソフトの市販価格が高いということだ。今だったら、アプリケーション用ソフトや、エミュレータ用のROMイメージを販売すれば、かなりの儲けになるはずだ。

　しかし、だからこそ、今後は、ますます取り締まりが強化されるという、いたちごっこが繰り返されるということも、お忘れなく。

＊

　さて、最後に、これを読んで「俺も……」などと単純に考えた人に、一つだけ忠告しておこう。

　仮に、捕まって裁判で有罪になっても、初犯なら三十万円くらいの罰金で済むと、軽く考えたら大間違い。損害賠償請求の民事裁判が並行して行なわれるからだ。つまり、告発側が、コピーの流出によってこうむった被害額を払え！という要求を裁判所に訴え出るのだ。場合によっては、こちらは数千万円もの金額になる。それこそ、マンション購入ほどの借金を負うことになるのだ。俺たちのような民事でのお咎めなしというのは、これはあくまでもまれなケースだったことを、肝に銘じてほしい。

　といっても、自己破産すれば、それで済む問題だけど……。

プロテクト外し用ゲーム改造チップ輸入販売……………一ヵ月で売り上げ百万円

ゲーム機改造は、市場規模十億円のおいしい商売!?

コピーソフト対策のためにメーカー側が施したプロテクトをいとも簡単に外す「改造チップ」が巷で評判を呼んでいる。品を香港から仕入れて国内で販売する、元締めA氏に聞く、改造マニアたちのアングラ市場の現在

石川清（フリーライター）

都内のあるアパートの一室。男が五人、紙袋や手提げ袋を手に集まっていた。皆、まだ若い。十代からせいぜい二十代の後半という感じだ。

彼らの袋の中をのぞいてみた。中身は薄いプラスチックのケース。表には「時価二百億円」とか「時価五十億円」と書かれている。

「これ、コピーさせてよ……」

そう言うと、茶髪の男は「時価二百億円」と書かれたプラスチックケースから何やら直径一〇センチあまりの薄い円盤を取り出した。男は自分のバッグからも別の一枚の円盤を取り出すと、二つの円盤をそのまま無雑作に手近のパソコンの差し込み口に入れて、おもむろにキーボード上のボタンを押した。

パソコンが低いうなり声を立てて何かを始めた。いったい、何をしているのだろうか……。

「このパソコンを使ってコピーしているんですよ。ものの数分で終わります……」

男はニヤリと笑って、宝物を扱うように、たった今コピーしたばかりの自分の円盤を大事そうにそっと自分のケースの中に収め、もう一方の円盤を「時価二百億円」のケースの中に戻した。

薄い円盤とはCD－Rのことである。CD－Rはデータの書き込みができるCDドライブで、主にパソコンの記憶媒体に使われている。一枚の容量は六五〇メガバイト。これ一枚で市販のフロッピーディスク約六百枚分の大情報が記録できるのだ。

「時価二百億」CDの中味

ここに集まった男たちは皆、「ウェアーズ」と称されるゲーム・マニアだ。市販のゲーム機やパソコン上のゲームソフトをコピーするのが趣味なのだ。ときどきこうして集まっては、互いの手持ちのソフトを交換し合い、さらなるゲームソフトの収集に励んでいる。

アメリカのゲームソフト業界団体「インターアクティブ・デジタル・ソフトウェア協会」の調べによると、ゲームソフトの不正コピーや海賊版による著作権被害の総額は、世界全体でおよそ二十六億ドル、三千二百億円以上の巨額にのぼるとみられている。

ウェアーズたちが「時価二百億円」とか「時価五十億円」とか称している金額は、自分の持っているコピーソフトの本来の定価の合計だ。彼らのなかには純正、コピー合わせて数十万本のソフトを所有している強者もおり、一本一万円以上で計算すると、あながちホラを吹いている金額ではないことがわかる。もちろん、彼らはコピーの許可などメーカーから受けてはいない。すべて不正コピー、海賊版といわれる類のものである。

この「時価二百億円」と称されるコピーソフト群の中身をのぞかせてもらった。見ると、パソコン用のゲームだけではない。相当な数のセガサターンやプレイステーションなど家庭用ゲーム機用ゲームソフトも含まれている。セガサターンやプレイステーションなど、家庭用ゲーム機も今やCD-ROMで起動するものが少なくないのだ。

「プレイステーション用のゲームソフトならほとんど持っていますよ……」

茶髪の男はうそぶいた。だけど、ちょっと待て。

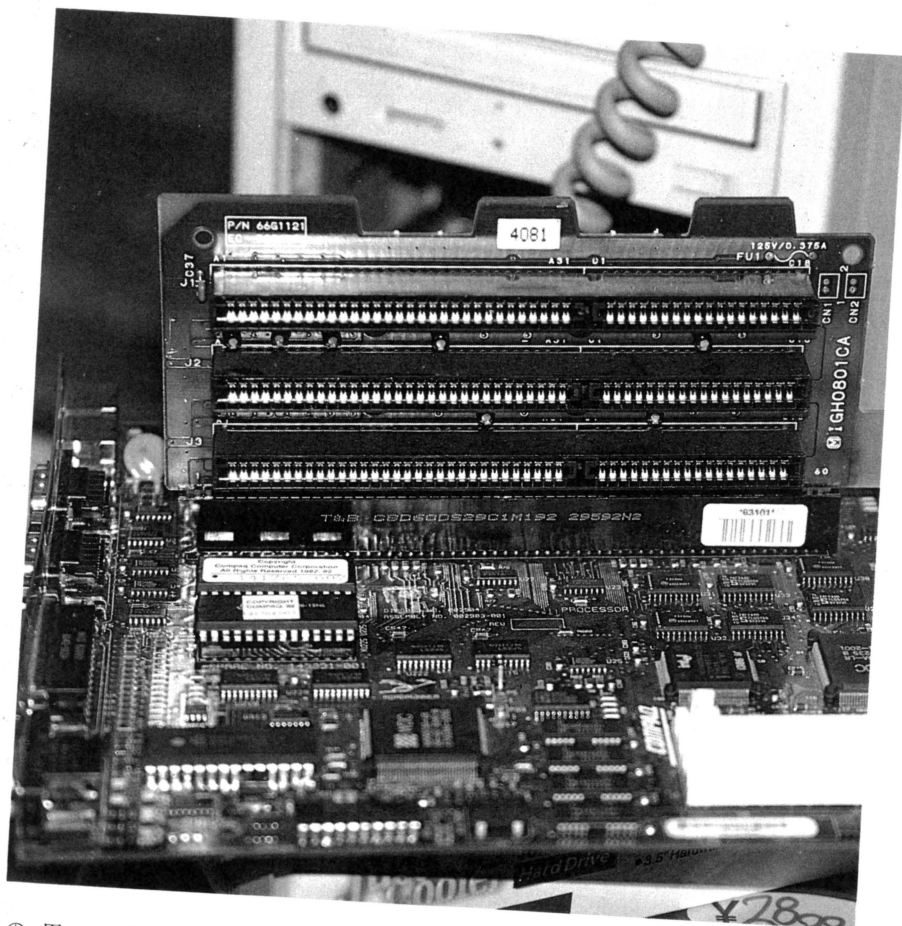
家庭用ゲーム機の市販ソフトのCD-ROMには、複製防止のためのプロテクト(防御)措置が施されているのではなかったか。本物のCD-ROMには、あらかじめ目に見えない「暗号」のようなものが書き込まれており、それを解読して「パスワード」のようなものを入力しないと、ゲームが起動しないようになっているのだ。この「暗号」や「パスワード」にあたるプロテクトは、ディスクの縁の部分などに普通に気づかれないように埋め込んであり、CDディスクをコピーしただけでは、「暗号」や「パスワード」を含めてコピーすることはできない。つまり、単純に市販品をコピーして使っても、ゲームは動かないのだ。

なのにウェアーズたちはかまわずにパソコンでCD-Rにコピーしている。それで使いものになるのだろうか。

「ハハハ、充分使えますよ。プロテクトの問題はきちんとクリアしているから問題ありません……」

彼らは自信満々の表情で答えた。

実は彼らの持つプレイステーションやセガサターンなどのゲーム機には、ある改造が施してあるのだ。あるチップをゲーム機に組み込んでおくと、不思議なことに不正コピーしたゲームソフトでも動かせるようになるのだ。いったいこれはどういうことなのだろうか。謎を解く鍵は改造チップにありそうだ。

彼らウェアーズを通して、問題のチップを販売しているAという男を紹介してもらった。このAが、国内最大手の改造チップ

の販売の元締めなのだという。
問題の改造チップとはいったいどんな代物なのか。Aはいったいどこからどうやって改造チップを仕入れるのだろうか。
被害総額三千二百億円の秘密の一端をAの口から直接語ってもらった……。

利幅の見込めるビジネス

東京近郊のアパートの一室に問題の改造チップを販売しているAを訪ねた。Aは明け方まで注文を受けた改造チップの発送作業をしていたということで、眠い目をこすりながら、玄関に現われた。部屋の中に通してもらうと、あたりにはパソコンやゲーム機のプリント基板類が散乱している。私はさっそく改造チップとはいったいどんなものなのか、Aに尋ねた。
「ボクはセガサターンとプレイステーションの二種類の改造チップを販売しているんですよ。これがソレです」
まず、見せてもらったのはセガサターン用の改造チップ。縦二センチ、横三センチの小さなプリント基板だった。

「この改造チップをセガサターンのゲーム機内のCPUと読み取り装置の間の基板部分に取り付けると、プロテクトがはずれて、ゲーム機はバックアップしたCD‐Rでも本物と認識してしまうようになるんです。要するにゲーム機の頭脳に誤った情報を送り込んでしまうチップなんですよ」

プレイステーションの場合も同様なのだが、プレイステーション用チップは縦三ミリ、横五ミリの超微細な代物だった。

「九七年十一月に発売されたいちばん新しいプレイステーションゲーム機の『SCPH‐7000』というタイプでは、海賊版ディスク対策のために中の基板の配線が片面だけにしか配置されていません。これだと、一ミリの数分の一のスペースに正確に海賊版チップのコードを配線しなくてはいけないため、技術的に非常に改造チップの埋め込みが困難なのです。しかし、ボクたちなら大丈夫。若干の改造費を盛り込んで販売しています。かえって、ライバル業者がいなくなって、注文が増える気配ですよ」

現在、Aのグループでは、セガサターン用改造チップは一個約四千五百円、プレイステーション用は一個約二千三百円で販売している。ゲーム雑誌などに広告を掲載したところ、ものすごい反響があり、多い日には一日三十件の注文が舞い込んだ。八割方は新規の注文で、なかにはひとりで何個ものチップを注文する客もいる。どうやら、知人や友人の分もまとめて注文しているようだ。ひょっとしたら、転売して小遣い稼ぎをしている客もいるのかもしれない。

Aの改造チップの輸入元は香港だ。香港での現地価格は、日本の販売価格の半値ぐらいだから、そこそこ利幅の見込めるビジネスであることがわかる。Aたちの一カ月の儲けは、実に約百万円に達するというから、笑いが止まらない。

「実際には交通費や運送費がかかるし、アルバイトも雇ったりしていますから、それほど利益率はよくはないんですけどね。それと、これでもどれも秋葉原での相場より一～三割は安い価格ですよ。かなり良心的な価格な点も人気の秘密なんです」

注文が殺到する理由は他にもある。アフターサービスを充実させているということだ。

「ゲーム機をこちらに送ってもらえば、ボクたちのほうでゲーム機を改造して、返送してあげているんですよ。返送分はこちらの負担で、しかも料金はそのままです」

不良品が少ないのも売りだ。輸入ルートが整っているために、他の業者では一〇～二〇%が不良品のところ、Aを通すと三%程度の不良品で済んでいる。これはAが現地に飛んで、しかも広東語を使えるスタッフを通じて仕入れをしているところが大きい。

いったい客はどんな人で何のために購入しているのだろうか。

市場規模は十億円

「購入者の年齢は、だいたい十七～二十五歳くらいの若い連中が中心ですね。女性は少なく、百人に一人くらい。一人平均して二、三個購入します。ほとんどは自分でCD‐Rを複製できるベテランのパワーユーザーと思いますが、なかにはセガサターンの愛用者で、プロテクトがはずれると、ゲームの起動時間が五秒くらい早くなるので、このためだけに改造チップを購入する人も

いますよ。もちろん、九五％はコピーソフトの使用が目的と思いますが」

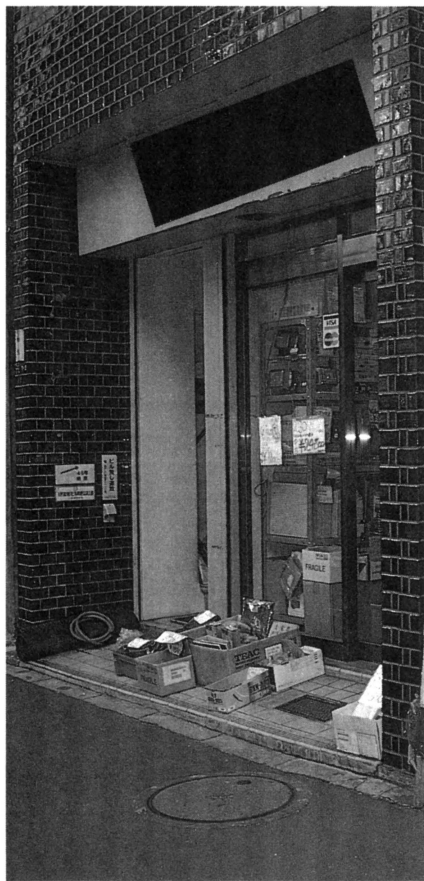
もともと、家庭用ゲームソフトのコピーの歴史は、「バックアップ機」の導入で始まり、それが最近の「CD-R時代」を迎え、一気に加速している。

十年あまり前から始まった任天堂のファミコンやスーパーファミコン全盛の時代には、家庭用ゲーム機のゲームソフトの媒体は、カセット状のゲームカートリッジが中心だった。カートリッジの中にはゲームプログラムが読み込まれた「ROM」といわれるICチップが組み込まれており、当時はこの「ROM」をコピーしようと「バックアップ機」が登場した。つまり「バックアップ機」とは、「ROM」の内容を市販のフロッピーディスクにコピーしてしまう製品だ。「バックアップ機」本体をゲーム機に取り付けて作動させる。

ファミコンやスーパーファミコン用の「バックアップ機」は東南アジアの玩具メーカーがこぞって発売し、大ヒット。日本でも通信販売などで捌かれ、たいていのマニアは所有したという。本体は一台二～三万円したが、これを使えばコピーソフトの入ったフロッピーディスクを一本三百円程度で購入して使えるので、安いものなのだ。

その後、ゲーム機の中心がプレイステーションやセガサターンに移ってくると、ゲームソフトの媒体はCD-ROMになり、ディスク自体に緻密なプロテクトを施したものになった。それでも、当初はゲーム機本体の開閉部分の奥のボタンに「黄金軸」と呼ばれる重石を差し込むことで、ゲーム機に常にゲームCDが乗っていると錯覚させて、コピーゲームを起動することも可能だった。しかし、その「黄金軸」方式もほどなくプロテクト対策が施され、改良されたゲーム機では使用が不可能になった。

ゲームソフトの不正コピー使用はもはや困難な時代になったと思われた。だが、違った。

Aが扱っている香港製「改造チップ」の登場が、再びゲームコピー戦線の活動に火をつけたのである。現在、「改造チップ」市場を構成するマニアの人数は約一万人。マニアはパワーユーザーばかりだから、一人年間最低十万円投資するとして、その市場

規模の総計は少なく見積もってもなんと約十億円に達するのだ……。

おぼろげながら、全体の仕組みや流れが見えてきた。それにしてもAはこの商売をいつ頃からどうして始めて、どのように買い出ししているのだろうか。Aの経歴から、さらに突っ込んで尋ねてみた。

元々はゲームマニア

Aは現在、二十五歳。もともとはごく普通のゲーム・マニアだった。

「小学校低学年のときに友達の家にあった『ぴゅう太』というパソコンの『ムーンパトロール』というゲームにはまったのが、そもそものきっかけでした。これは月面上を六輪車で走って、上から来るUFOや前方の岩をよけながら進むゲームで、衝撃的な感動を味わえました」

以来、パソコンゲームにはまったAは、友達の家だけでなく、ゲームセンターにも頻繁に出入りする。しかし、お金が続かずに五十円玉に紐を結んで、ゲーム機に投函しては引っぱり出してタダでのゲームを繰り返し、小五のときには補導されたりもした。

「でも、適当に偽名を言ってバックレちゃいましたけどね」

中学に入ると、ファミコンにのめり込み、小遣いはすべてゲームにつぎ込んだ。またたく間にファミコンのカセット二百本以上を収集。地元ではゲーム・マニアとして名を馳せた。

さらに高校に入学すると、小遣いや親の援助でNECのパソコン、PC－8801シリーズを購入。本格的なゲームコピー人生が始まった。

「このときにはゲームのレンタルショップに行っては借りてコピーしていました。結局、普通の押し入れ一杯分のフロッピーディスクにコピーしましたよ」

大学では機械工学を専攻し、パソコンメカニックの腕に磨きをかけた。もちろん、コピーゲームの収集も止まらない。今度はPC－9801を購入。MOドライブやCD－Rドライブにコピーしまくった。一方、アダルト系パソコンゲームの音楽制作のバイトなども経験。大学卒業後は就職もせずに、三年間ほどブラブラする日々が続いた。

そんなとき、何気なく旅行で訪れた香港でAは「金の卵」を見つけたのだ。九七年の六月のことだった。

「ゲーム雑誌などでたまたま『改造チップ』のことが紹介されていたので、知ってはいました。そこで話の種にと、香港の秋葉原といわれるチムサチュイのパソコン街を訪ね、セガサターン用とプレイステーション用の改造チップをそれぞれ二十個ずつ購入して、手持ちのバッグにしのばせて持ち帰ったのです」

Aはゲーム・マニアの同人誌やインターネット上で「改造チップ」の販売を告知した。すると、なんと注文が殺到し、あっという間に三日で売り切れた。

「驚きましたよ。そのときはあまり商売っ気もなかったので、セガサターン用チップ、プレイステーション用チップを今の相場の半分に近い値で売り出したのです。当時の秋葉原での同種のチップの相場が、セガサターン用で約一万円前後、プレイステーション用で約六〜七千円でしたから、なんとなく売れた理由もわかりますけどね。結局、

ボクらが『改造チップ』の安売りを始めたことで、秋葉原の相場も価格破壊を起こして、二〜三割下がりましたよ。業者の方々から『勘弁してよ』という苦情というか、哀願というか、そういったものが殺到して大変でした」

アフターケアも充実

とはいえ、これだけ儲かるネタを無為に手放す理由はない。Aの行動は機敏だった。その点はある種の商才があるのかもしれない。Aは友人から約百万円を借金すると、それを手に再び香港にとんぼ返りした。そして、交通費や宿泊費、それに業者への見せ金を除いたほぼ全額を「改造チップ」の購入に投入。

「チップが微細なこともあって、千個単位程度ならすべて手荷物扱いで機内持ち込みで運べましたよ。税関にも指摘されることなく、問題なく持ち込めました」

ひとりでは捌ききれないと考えたAは知り合い三人に話を持ちかけ、会社形式にして同人誌やインターネット上だけでなく、

ゲーム雑誌にも広告を掲載。値段はちょっと値上げして現在の水準にアップし、その代わり他の業者ではあまり力を入れていないアフターサービスを充実させることにした。ゲーム機を送ってくれればAのほうで改造を代行するサービスも始め、チップ、改造、送料代込みの価格は、セガサターン用、プレイステーション用とも一万円前後で請け負った。他の業者と比べても、格安の水準だった。

　おかげで広告掲載と同時にまたもや大反響。全国各地から注文が殺到し、二週間そこそこで売り上げは百万円を突破してしまった。

　在庫が底を尽き始めると、再びAは香港に飛んだ。今度は街頭の店で購入するのでなく、「改造チップ」の製造工場へと足を向けた。

「『改造チップ』は、市内の町工場で作られていました。町工場というのは、市内に林立する二十階建てくらいの雑居ビルの一室にありました。いくつもの南京錠がかかった二重のドアを開けた奥の2DKほどの空間が『改造チップ』工場だったのです。十六、七階だったでしょうか……」

　そこでAは格安の卸値での購入契約を結ぶことに首尾よく成功する。同時に香港在住の日本人の友人の紹介で、日本語のできる香港人を紹介してもらった。彼を現地のエージェントとして毎月五万円で雇い、必要に応じて現地工場との交渉や商品の購入を請け負ってもらうことにした。A自身は二カ月に一度ほど、チェックのために現地に赴くやり方に変更した。

「毎回、全部自分で香港に行って購入していたら、それこそ下手すれば毎週現地に行かなきゃいけない羽目に陥ります。それだと、時間もお金ももったいないですからね。

　香港からの発送は国際宅急便や普通の郵便小包を利用しています。ものが小さいので、バトミントンの羽根を入れるケースとか、ポスターを入れる小さい筒程度で充分なのですよ。だから税関に引っかかることもありません」

　現地人のエージェントを用いた結果、製造工場とのつながりは密になり、今や秋葉原の業者向けに「改造チップ」を卸すまでに急成長してしまった。

　現在日本国内で捌かれているセガサターン用、プレイステーション用「改造チップ」市場のシェアの半分以上は、元を辿ればA経由なのである。Aはこの世界の覇権を握った。

合法のビジネス⁉

　順風満帆に見えるAのビジネスだが、おおっぴらに雑誌に広告などを打って「改造チップ」を売って大丈夫なのか。著作権法違反で引っかかって摘発されたりする心配はないのだろうか。

「今のところは大丈夫です。たとえば、客のなかには純正のゲームソフト本体は自分で大事に保管しておいて、コピーしたCD-Rを日常使用して遊ぶ人もいます。中古のゲームソフトを売る際には、ディスクに少しでも傷がついていると、業者が引き取ってくれないことがあるからです。

　こんな使い方は『バックアップ用』としての使用法で、法律でも認められているのです。本体とコピーを両方所持していれば、そのコピーは『バックアップ用』というわ

けですから、法律に違反しません。この『改造チップ』も、本来はそういった『バックアップ用』に使う人のため向けに発売しているものですから、問題はないのです」

仮に関税の支払いを要求されたとしても、プレイステーション用のチップなら、二百個あたり二千円の支払いで済むので問題はないという。

Aに今後の展望を聞いてみた。

「今のセガサターン用『改造チップ』はハンダ付けをしないといけないので、素人にはなかなか簡単に取り付けられない手間がかかるものです。ところが、今度新型の『改造チップ』が発売される予定です。これはハンダなど不要で、そのまま基板にチップをはめ込むだけでいいという手軽なものなのです。すでにウチでその工場との流通ルートは確立していて、近々その詰めで再び香港に飛ぶ予定です。

また日本国内では流通量の多い灰色セガサターン用の『改造チップ』が、流通量の少ない香港(香港では白色セガサターンがほとんど)ではあまり売れないため、今度生産中止になるというので、追加で生産するようにお願いに行かないといけませんしね。

まだまだビジネスチャンスはごろごろ転がっていますよ」

ただ問題は、この「改造チップ」ビジネスがそういつまでも長く続く代物とは思えないということだ。ブームはあとどれくらい続くのだろうか。

「そうですねえ。もって、あと半年間ってところじゃないですか。ゲーム機メーカーのほうも新たなプロテクトを次々と施してきますし、アメリカでは九七年の十一月に任天堂のゲーム機『64』のバックアップ機の発売が、著作権法に触れるとして発売禁止になりましたから、その影響がいずれは日本国内にも波及するとみています。そうなると、これまでのように『改造チップ』をおおっぴらに捌くことはできなくなるかもしれません」

「改造チップ」が商えなくなったら、どうするか、そこまではまだAは考えていない。

「でも、ゲーム需要がすぐなくなるわけじゃありませんし、何か新しい儲かりそうなモノが見つかるんじゃないですか」

お気楽そうなAの声が耳に残った。

プレミアム価格を操作する男たち

原価数百円の品が、時には二、三万円に。ゲーム・マニアの間で密かにやりとりされる、プレミア海賊ソフトと市場に出回るはずのない国内開発バージョン・ソフト闇売買の現場

石川清（フリーライター）

手元にうず高く積もったゲーム・マニアたちの同人誌。十数冊はあるだろうか。どれもここ一年ほどの間に発行されたものばかりだ。なかには定期的に発行されているものもある。マニアが作る本だけに、さすが、中身も濃く、シロウト目に見ても、なかなかの出来映えである。

ページをめくってみると、たいていの同人誌には、マニア間でやりとりされている人気ゲームソフトの紹介ページがあるのだが、その内容に驚かされる。一昔前に流行ったファミコンやスーパーファミコンなどの中古ソフトや海賊ソフト（香港やバンコクで売られている日本のゲームソフトのコピー品や、任天堂などのメーカーとライセンス契約をせずに勝手に作られたゲームソフト）に、むちゃくちゃ高価なプレミアが付いているのだ。

いくつか例を紹介しよう。

「『数学的天才』ファミコン版、マニア引き取り価格十二万円。中国製で、香港・日本・東南アジアでは絶対見ない貴重品。日本人で持つ人は他にいない。すべて中国語で裏ものコレクターから十二万円で売ってくれ、との問い合わせがあった」

「『鉄拳2』ファミコン版、取引価格二万二千円。有名な『鉄拳2』のファミコン移植版。人気のプレイステーション版とほとんど変わらないタイトル画面は脱帽。これがファミコンか、という逸品です」

「『Rising 23 in 1』ファミコン版、取引価格四万円。23タイトルの良質のゲームがダブリなしで収録。マニアならはっきり言って絶対ゲットしておかなくちゃダメでしょう！」

ファミコンソフトの海賊版や中古品なんて、五百円も出せば、秋葉原の露天や街の

ゲームソフト・ショップで手に入るものだと思っていたが、どうやらマニアの世界では、違うらしい。原価が数千円程度でも、モノによっては、二万や三万のプレミアが平気で付けられているのだ。

ゲーム・マニアの同人誌

国内最大手の海賊ゲームサークル

ことゲームソフトに関していえば、日本国内では、ほとんど海賊モノや不正コピー品は出回っていないだろうという認識は、甘い。水面下では、コピー品がかなり横行しているのだ。ゲーム・マニアの必需品といわれる「バックアップ機（通称・マジコン）」（別稿参照）の類を使えば、海賊ソフトの動作はもとより、自分でも簡単にソフトのコピーができてしまう。

しかも、デジタル情報であるがゆえ、複製品とはいえ中身は本物となんら変わりない。ならば、コピー品で安く遊びたいという輩が出てきてもしかたあるまい。定価五、六千円するゲームソフトも、ゲームレンタルショップから借りてきたものを自分用にコピーすれば、十分の一以下の金額で手に入れることも可能だ。

「バックアップ機」を持たなくても、裏業者が勝手に複製した「不正コピー品」を通販などで購入することは、それほど難しいことではない。実際、こうした「不正コピー」によるゲームソフトの著作権侵害は、世界全体で約三千二百億円もの額に達しているという。

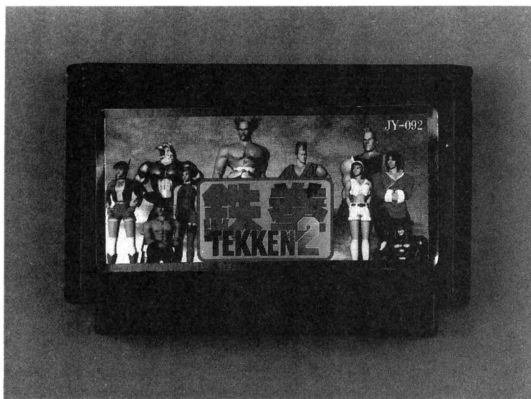
その、一方で、本来正規品より安価であるはずの海賊ソフトが、逆にプレミア商品として地下で流通しているという事実には驚かされる。冒頭の『数学的天才』などは、もともとは、現地中国で日本円にしてたかだか千円ほどの値段で売られていたソフトだという。

いや、それればかりか、前述の同人誌には、一昔前のファミコンやスーパーファミコン以外にも、現在の主流機であるプレイステーションやセガサターン、あるいはパソコンなどの海賊ゲームソフトが、定価の五倍、十倍、二十倍というかなりの高額で取引されることもある、と記してある。

本当にこんな高値でゲームソフトを買う人などいるのだろうか。

国内最大の海賊ゲーム同人誌を発行するゲームコレクター・サークルの代表Tに真偽を確かめるために会って話を聞いた。

Tが発行人を務めるこの同人誌は、千部以上の発行部数を誇る。ゲーム・マニア同

人誌としては、国内最大手である。会員を中心に配るというが、定価千八百円で、ほとんどの号が完売だという。
「ああ、あのプレミア品ですか。実際に売れていますよ。マニアにはお金を出しても、これだけは手に入れておきたいというものがあるんです。とくにファミコンは他のソフトとちょっと事情が違うんです。いわゆるバックアップ機を使えば、スーパーファミコンはフロッピーディスクに、プレイステーションなどはCD－R（書き込み可能なCDディスク）に容易にコピーできるんですが、ファミコンはカートリッジだから、コピーが大変なんですよ。だから、ファミコンのソフトについては、とくにプレミアが付きやすく、実際ボクは高校時代にそれらを売って、けっこう稼いでいました……」

ファミコン版『鉄拳2』

Tは現在二十三歳。小学校低学年の頃からファミコンなどのゲームソフトの収集を始めた根っからのゲームソフト・コレクターだ。他人が持っているソフトはすべて持っていないと気が済まない質らしく、これまで集めたゲームソフトのタイトル数は、正規品、海賊品の両者を合わせると、なんと十万タイトルを超えるという。

高校時代には、自分のコレクションのなかから二つ以上ある人気ソフトをピックアップし、それらをゲーム仲間に売りさばくなどして毎月二十～三十万円のお金を稼いでいたという。稼いだお金はさらに新しいゲームソフトを買うことに費やし、挙句の果てには、高校生でありながら海賊ゲームソフトの本拠地である香港にまで出向き、大量のゲームソフトを買い込んできては、それを国内のマニアたちに売りさばいていたという。
「あの頃は、まだ取り締まりが緩かったですからね。まもなく、税関や警察などの取り締まりがきつくなって、高校を卒業したら、海賊ソフトの販売はやめましたけど」

タイ製ファミコンのN in 1

プレミア海賊ソフトは三タイプ

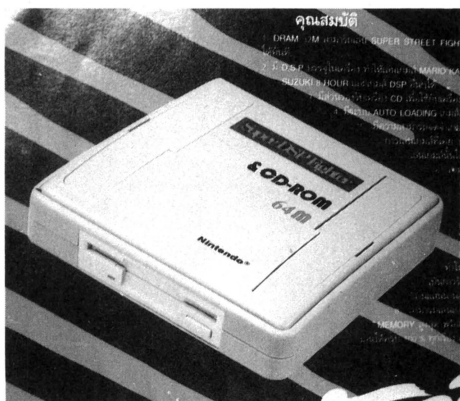
ところで、プレミアの付きやすいゲームソフトには、どんなものがあるのだろう。
「(冒頭の)三つの例がとりあえずファミコンの場合の三パターンになるのではないでしょうか。最初の十二万円のソフトは、別にコピー品というわけでは必ずしもありません。ただ中国製であるため、日本国内では超レアもの扱いなのです。だから高値がつくのです。この「レアもの」のパターンには、地域限定発売のモノ、数が極端に限定されているモノなども、当然含まれます。

幻のFCカセット。『ストリートファイター4』がベース

二つ目のパターンは、『鉄拳2』ファミコン版のパターンです。これはもともとはゲームセンターで人気が爆発した格闘ゲームですが、ほどなく家庭用ゲーム機のプレイステーション用に作り換えて発売されたんです。ところが、香港で勝手に現地業者がファミコン用に移植しちゃったんですね。移植というと聞こえがいいですけど、要するにゲーム設定やキャラクターを同じにした、いわゆる『物真似ソフト』。『海賊ソフト』には、この手のものもけっこう多いんですよ。日本ではほどなくスーパーファミコンへとゲーム機の流行が移りましたが、東南アジアでは長らくファミコン機の時代が続きましたから、上位のゲーム機のゲームソフトを勝手にファミコン用に移植する『海賊版』のケースが増えていったんです」

単にソフトをコピーして使うだけの安価な「不正コピー」とは違った、ゲームの内容やキャラクターを借用してプログラムを作成するいわゆる「物真似ソフト」が、東南アジアなどでは、大量に出回っている。とくにファミコン用「物真似ソフト」は、カートリッジ形式であるため容易にコピーできない。そのため、他のゲーム機ソフトに比べ、よりプレミアが付きやすいのだという。こうして時には画質の粗い低位機種であるファミコン用の海賊版ソフトのほうが、上位機種のスーパーファミコン用のオリジナルソフトより高値で取引されるケースも出現した。

「プレミアが付く三つ目のパターンは、いわゆる『N in 1』と通称されるもの。正規品は、通常一つのカートリッジに一タイトルしか入ってませんが、こちらは複数のゲームソフトが入っています。この『N in 1』には、単に既製のファミコンソフトを『不正コピー』しただけのものや、『物真似』のものなど、いろいろです。その組み合わせ次第では、かなりのプレミアが付くものがあるのです」

海賊ファミコンソフト以外でも、非売品や限定版、さらには市場に出回るはずのない開発バージョンといったものには、かな

タイ製のマジコン。Super Dsp Fighter

りのプレミアが付く。たとえば『ヨッシーのクッキー　クルッポンオーブンでクッキー』というスーパーファミコン用ゲームソフト。九四年に中部地方で五百本しか配布（無料）されなかった限定品だが、現在そのオリジナルがマニアの間で三万円で取引されているという。フロッピーディスクにコピーしたものでさえ、一万五千円で取引されているという代物だ。

　ちなみに、プレイステーション用やパソコン用ゲームの海賊版やコピー品には、ファミコンほどのプレミアは付かない。理由は単純だ。記憶媒体が、カートリッジという特殊な形態ではなく、複製が簡単なCD-ROMだからだ。こちらは、プロテクター解除のための「改造チップ」（別稿参照）をはめ込めば、コピー品でも簡単に遊べる。オリジナルとコピー品の違いがファミコンほどはっきりとしていないという理由から、プレミア品としての価値が生まれにくいのである。

　以上が、ゲーム・マニアの世界で密かに流通する「プレミア海賊ソフト」の現状だが、では、こうした違法ともいえる海賊ソフトが、実際にはどのように、ゲーム・マニアの間で取引されているのか、まずはその具体的な「販売システム」から見ていこう。

♥ 会員向けDM販売

　現在、販売はほとんど行なっていないというTの紹介で、同じく、ゲーム・サークルを主宰し、会員向けに海賊ソフトや中古ソフトなどのプレミア品を中心に販売を行なっているというNのもとを訪ねた。

　関西某所。何の変哲もない住宅街の一角にNの事務所兼住居はある。戸を開けてアパートの一室に通された。こざっぱりした感じの部屋なのだが、中にはパソコンが三、四台ほど置かれ、壁面の棚にはCDやゲームカートリッジがズラリと並んでいた。目の前にいるのは、頭を茶色く染めた、どこにでもいそうな二十五歳の〝いまどき〟の青年だ。彼女と同居中だという。

『ストリートファイター2』のパチモノ。その名も『マスターファイター2』

「CD－Rのコピーだったら、このパソコンでできちゃうんですよ」

インタビューが始まって早々、私に向かって、こう言って笑った。

Nの販売スタイルはダイレクトメール方式が中心だ。葉書サイズのDMには、四十もの商品リストが細かい文字でびっしり書かれている。

●「芸能人H画像240枚＋裏ソフト＋極悪ウイルス10個入りCD……19500円」

●「Win95用ファミコンソフト（275本入り）CD……16500円」

●「フォトショップ4・0J（日本語）CD〈定価15万〉……8500円」

★[illegible]★

▲あなたの「欲しい物」を探します。何かあれば、一度ご相談ください。▼

★7月27日消印有効・必ず現金書留（この葉書24同封）にて、ご注文下さい★

1	PE	PCエンジンSPZ	スペースファンタジーゾーン<裏流出:開発版>CD	19500円
2	64	N64ゲームCD1	任天堂64ゲーム33本入CD#1	15000円
3	64	超任博士64	ドクターV64<128M~33本入ゲームCD	69500円
4	SF	GD7.2-BIOS	GD7.2X<Neo-GPC.Ver>X-Tコード入力可	2500円
5	SF	新界王CDβ	4枚組<SFゲーム1713本入>CD	15000円
6	SF	SF究極セットZ	GD7.2<32M>+CDドライブ+新界王CD4枚	65000円
7	WI	禁.果実1.6	芸能H224枚+N583枚+裏ソフト10本.CD	17500円
8	★	裏INPテキスト3	裏情報フロッピー<絶対に買って損なし>	5000円
9	★	裏テキスト123+	裏情報フロッピー<#1.#2.#3.>セット+α	15000円
10	WI	カードメイクソフト	クレジットウィザード1.0(カード番号作成)FD	3500円
11	WI	G2+ウイルス	ウイルス組込ソフト<G2>+ウイルス350個入CD	15000円
12	WI	極悪ソフトCD1	クラック.ウイルス.ハックマクロ.CARDメイク<44本>CD	13500円
13	★	海外タマゴッチ	たまごっち(先着7名様)ヨーロッパ版	7500円
14	★	日本タマゴッチ	たまごっち(先着3名様)<白色>	13500円
15	★	デジタルモンスタ	▶▶デジタルモンスター(1名)◀◀	15000円
16	★	ジュラペット	<ワケダ版>ジュラペット(金:白)	4980円
17	★	ダイノペット	<海外版>ジュラペット(金:白)	3980円
18	★	新タマゴウォッチ	天使も登場する「たまごっち」類似品	3500円
19	★	KITTY-USA	携帯ペット<猫USAを育成!>先着9名	3500円
20	★	たのしい犬	携帯ペット<犬を育成!>先着9名	2500円
21	★	かるがも	携帯ペット<カルガモを育成!>先着5名	2980円
22	FC	鉄拳2	FC版[TEKKEN2]<先着7名>	7500円
23	FC	New8イン1	ライフフォース.ガンスモーク.ジャッカル.+5本入り	5500円
24	GB	ポケモン青	限定版GBポケットモンスター<青>	7500円
25	GB	New8イン1	Sコボット.G.オニ5.天地.サガ3.三国.+3本	5500円
26	GB	New70イン1	KOF'95.GALAGA.FLAPPY.<ダブリ11本>	5500円
27	98	98ソフトCDセット	アダルト系ゲームCD9枚組<Soft 732本>	75000円
28	WI	INST'97セット	推定<約50万円>CD.#1~#4セット	25000円
29	WI	H画集CDセット	ノーカットH画集CD5枚組<画像32693枚>	45000円
30	WI	G画集CDセット	Hゲーム画像集CD4枚組<画像43931枚>	35000円
31	98	98ゲーム9.8	AVゲーム&<秘>ツール![66本入]CD	13500円
32	WI	H画集CD5.1	実写ノーカットH画集/[7000枚入]CD	14500円
33	WI	H画集CD6.1	実写ノーカットH画集/[7000枚入]CD	15000円
34	WI	フォトショップ4J	フォトショップ4.0J(日本語版)CD!!	8500円
35	WI	King-Soft3	マイクロソフトOS<WIN'97+NT4.0+14本入>CD	7500円
36	音	最新有線CD	ゆうせん音楽CD<約14曲>毎回更新	2500円
37	WI	裏ビデオCD	北原ななせ<ノーカットビデオCD>パソコン用	3500円
38	WI	PCエミュレタ2限	W95<ファミコン123本+パソコン変換ソフト付>CD	9500円
39	WI	SFエミュレタ2	Win95/NT4<4Mスーファミソフト208本>CD	11500円
40	WI	SFエミュレタ3	Win95/NT4<8Mスーファミソフト616本>CD	13500円

《全商品/在庫が有る場合→即納。在庫が無い場合→3～4週間の納期が必要》

などの、違法コピーCDなどのリストに交じって、

●「鉄拳2・FC版［TEKKEN2］〈先着7名〉……7500円」

●「PS開発ソフト3・プレスオブファイアー3〈開発版裏流出〉CD……13500円」

●「FC・NEW3セット〈スーパードンキーコング1＋2＋3〉3本セット……9500円」

などの、プレミア海賊ゲームソフトのタイトルが並ぶ。

「ダイレクトメールは、ボクの主宰するゲーム・コレクターやマニアのサークルの会員宛に、毎月一回のペースで出してます。サークルの会員数は、現在、約二百人。ダイレクトメール以外にインターネットのホームページでも注文をとってますが、ダイレクトメールのほうが圧倒的に多いですね」

DMのほかに、前出のT同様に、年に数回、会員向けに同人誌も発行しているが、こちらは「売ります・買います・交換しますコーナー」を設けて、たとえば、

●〈SF・テトリス2＋ポンプリス／ゴー

ルドカセット……15000円〉
●〈FC・Zガンダムホットスクランブル開発バージョン……15000円〉
●〈SF・UFO仮面ヤキソバン……5000円〉

といった具合に、主に限定品や開発バージョンなどの国内プレミア品を中心に、会員向けに「高価買取」の告知を行なっている。もちろん、約百ページほどの本文には、こうしたレアものソフトのほかに、プレミアが付いた海賊版ソフトが、多数紹介されている。

リストに記された価格は、「相場より少し安め」というが、ほぼそこに記された値段が、マニアの間に流通する、裏モノ・ソフトの相場といっていい。

が、漠然とした相場みたいなものを考慮しているというが、DMのリストの価格設定には明確な基準はない。巷のゲームセンターでヒットしたゲームが香港などで家庭用ゲーム機向けに移植・物真似されたりすると、それなりのプレミアを付けて売りに出す。また、「N in 1」ものについては、中のゲームの組み合わせ次第でかなりのプレミア価格を付ける場合もある。いずれも、買い手がすぐにつくそうだ。

ただし、『ストリートファイター』に単に『マリオ』のキャラクターを移植しただけの「キャラクターパクリもの」や、一面からでなくていきなり最終面からプレイできるような「改造もの」は、マニアの間では、さほど評価を得ず、二束三文の値しかつかない。

ちなみに、海賊ソフトではないが、前述の『ヨッシーのクッキー　クルッポンオーブンでクッキー』の完全コピー版(カートリッジ版)を限定三本で制作中とかで、こちらは相場の一万五千円で会員に売るそうだ。

「DMを毎回二百人の会員に出すと、一回につきだいたい四十人からなんらかの注文が返ってきます。一年を通して見ると、二百人の会員の九五%以上から、なんらかの注文が入ります。一人平均五、六万円てところじゃないですか。儲けとしたら、月に百万円そこそこでしょう。まあ、僕のほかに二人のスタッフがいるので、一人あたりの収入は、三十万円ほどですね。副収入ということであれば、そこそこの額ですが、これだけでは食べていけませんよ」

実際に、過去一年半の帳簿を見せてもらうと、そこにはDM別に並べられた延べ八百五十人もの顧客名、売り上げ、商品の発送日が記されていた。最後の数字を見ると、〈販売価格1921449／利益1363890／上海価格557559〉。つまり、トータルにすれば、純利益が千三百万円も出ていることになる。

「昼間は別の仕事をしていますから、海賊ソフトやコピーソフト販売の作業時間は、だいたい夜の九時から午前三時頃まで。主に発送やホームページの作成で、週に四日は使いますね。会社員の給料と合わせて、月収五、六十万。でも、副業での儲けは、ほとんどそのままゲームソフトの購入にあてちゃうから、あまり家計にプラスにはなっていないんですけどね……」

Nの「販売システム」と「儲け」は、おおむねこんな具合だった。

それにしてもである。こうしたプレミア価格の相場というものが漠然と存在しているということはわかるが、そもそも、誰がいつ決めるのか。こちらの疑問にNは、「ま

あ、実際は、僕とTで決めているようなもんですけどね」と言って、笑った。

相場のカラクリ

　NもTと同様に、国内のゲーム・コレクターの間では知る人ぞ知る有名人だ。大方のゲーム・マニアがそうであるように、中学のとき、独学でゲームソフトのプログラミングやハードの改造の技術を学び、将来はゲームのプログラマーになる夢を持っていた。ところが、高校のときに、ゲーム業界の現実にふれ、競争率の激しいプログラマーへの道は険しいと判断。しかし、ゲームそのものへの愛着は捨てきれず、コレクターへの道を歩み始める。以来、在学中は小遣いの大半を、高校を卒業して東京で就職してからは給料の大半を、ゲームソフトの収集にあてる日々が続いた。

　学生時代は、お金に不自由していたこともあり、相場より安い値段で売られている中古ゲームソフトを買っては、別の店に高値で売り、その差額で儲けていたりしたこともあったという。スーパーファミコン用のマジコンが市場に出回ると、すぐに購入し、レンタルショップでゲームソフトを借りてはコピーをしまくった。高校時代にゲーム雑誌で、ゲームコレクター・サークルの結成を呼びかけ、メンバー同士でお互いの情報を交換しながら、同時にコピーソフトや海賊ソフトの交換や売買なども行なっていたという。その後、サークルは徐々に輪を広げ、ピーク時には八百人の会員数にまで膨れ上がった。

　こうしたゲーム・コレクターとしての地道な活動の甲斐あって、三年ほど前には、「全国で一、二位を争う」ゲームソフト・コレクターの地位を確立したと、Nは言う。彼の所有するゲームソフトの数は数万タイトルに達し、額面総額はなんと「百五十億円から二百億円」にもなるという。

　そのカリスマ性と情報量を武器に、前述の同人誌などを通じて、積極的に海外の海賊ソフトや国内の限定品・開発バージョンなどを紹介しつつ、同時にある種の独断によってプレミア価格を決めていったのであ

る。もちろん、その際に、自身の体験に裏づけられた、いわば「収集の難易度」が価格設定の基準になっていることは言うまでもない。

――つまり、これが、前述の〝相場は俺たちが決めている〟という発言の大きな背景の一つだ。

だが、これだけではない。相場をコントロールできるもう一つの大きな要因は、海賊ソフトのメッカ香港や中国などの業者と直接商品のやりとりができる仕入れルートを、N自身が握っているということだ。

海外仕入ルート

高校卒業後まもなく上京し、東京の会社に就職したNは、秋葉原に頻繁に出かけるようになり、まもなく、トンさんという中国人と知り合いになる。トンさんの裏の顔は、上海からファミコンの海賊ソフトを秋葉原に持ち込んでは販売する裏モノ業者の、しかも流通の「元締め」だった。ある日、「日本では今何が売れ線なのか」といったゲームソフト売買に関するアドバイスをトンさんにしたのが縁で、以後、N自身も、ほぼ卸値で、彼から直接、海賊ソフトを仕入れるようになったという。

その頃、この手の海賊ソフトは、トンさん自身が秋葉原の街頭でやっていた露天で、一万～二万円（原価は二千～三千円くらい）という値段で売られていた。いってみれば、この価格が当時の相場であり、一本五千円かそこらで仕入れていたNは、同じものを〝相場〟より少しだけ安い値段をつけて売りさばいたのである。秋葉原の一般ゲームショップには、Nのように安値で海外の海賊ソフトを仕入れることができる業者はあまりいなかったため、この価格設定は、Nの独断場だった。そして、それなりの儲けにもなったのだ。

もっとも、顧客はあくまでも、自身で作ったゲーム・サークルのメンバーだったというから、現在の販売スタイルは、この頃からすでに確立していたといっていい。そして、儲けたお金でN自身も直接東南アジアに買い出しに出かけ、そこで、さらなるレアものをゲット……ということを繰り返していくうちに、気づいてみたら膨大な数のコレクションと、膨大な情報を一人占めするまでになっていたのである。

「国内で海賊ソフトなどのプレミア品を収集しているマニアの人たちはだいたい千五百人くらいしかいないんですよ。彼らを大別すると、だいたい二つのゲーム・サークルにグループ分けできるんです。東京のTの主宰するサークルと関西のボクのサークルです。

東京のTのサークルは東日本を中心に会

員が約千人。そして、西日本ではボクのサークルが約二百人。といっても、ピーク時には八百人に達する規模でしたけど。この二つのサークルで、だいたい日本国内のゲーム・コレクターたちの大半をカバーしているんじゃないですか。

そういった意味では、前にも言ったように、ボクとTが本気でプレミア価格を操作しようと思えば、二束三文のソフトだって、

DM利益表

	年	月	日	DM番号	購入者名	販売価格	上海原価	利益	郵送日
836	97	11	2	DM28	[illegible]	5000	4400	600	971103
837	97	11	3	DM28	[illegible]	6480	4400	2080	971104
838	97	11	5	DM28	[illegible]	17500	280	17220	971106
839	97	11	5	DM28	[illegible]	59800	35300	24500	
840	97	11	6	DM28	[illegible]	15000	10000	5000	971107
841	97	11	6	DM28	[illegible]	11000	3280	7720	971107
842	97	11	6	DM28	[illegible]	10000	280	9720	971107
843	97	11	7	DM28	[illegible]	34500	3560	30940	971110
844	97	11	7	DM28	[illegible]	4500	3000	1500	971110
845	97	11	7	DM28	[illegible]	4500	3000	1500	971110
846	97	11	8	DM28	[illegible]	130000	13000	117000	
847	97	11	11	DM28	[illegible]	3500	280	3220	971112
848S				14	[illegible]	316780	84080	232700	12
849S						22627.142857142857		16621.428571428577	
850G				789	789	19214449	5575559	13638890	787
851G						24352.913814955564		17286.299112801011	

DM利益表

高価なプレミアものに仕立て上げることも可能でしょうね。ただ、ボク自身は、商売人という以前にコレクターですからね。やっぱり、そんなことはしたくない。むしろ、一般のショップの価格よりは、かなり良心的な価格設定していると思いますけど……」

ちなみに、「東の雄」であるところのTのほうは、先ほども述べたとおり、今はあまり海賊ソフトの販売には力を入れていない。東京方面では、こうした海賊ソフトに対する取り締まりが関西に比べ厳しいからだとTは言う。現在は、もっぱら同人誌の販売のほうに力を注いでいるらしいが、こちらは、一回の発行で五、六十万円の儲けが出るとか。これまで、二カ月に一回のペースで、四号まで発行した。もちろん、Tの場合も、こうした副収入の大半は、新たなゲームソフトの収集にあてられる。

一方、Nのほうは、一時ゲーム・サークルの会員数を八百人まで増やしたこともあったのだが、DMの送付は面倒な作業だし、また売買のネットワークを膨張させると、警察などに情報が漏れて摘発される可能性が高くなるとして、二百人ほどの常連客にメンバーを絞り込んだ。が、その作戦は、すでに書いたように、充分効を奏したのである。

ライバル潰し

さて、こうした地下ビジネスを行なうにあたっての、トラブル等に関してもふれておこう。

「海外から、違法商品である海賊ソフトを国内に持ち込む場合、どうやって税関の目をかすめるのかって、よく聞かれますけど、東京に比べて関西はまだ取り締まりは甘いですからね。税関で摘発されたり、押収されたりすることは、まったくないですよ。まあ、成田あたりだと、税関に見つかって没収され、数十万円ものお金をパーにしたっていう業者の話も聞きますけど……。でも、無修正エロ・ビデオやクスリと違って、この手の商品は、単に没収されるだけで済みますから。そんなにヤバいって感覚は、みんな持ってないんじゃないですか」

ゲームソフトなどのカートリッジ類を直接現地から仕入れるときは、普通は郵送や

国際宅急便を使う。CDディスクの類も同様だが、百枚程度なら充分手荷物で収まる量だ。郵送の際も小分けして、洋服などに交ぜてしまえば、露見することはないという。

もっとも、Nの場合は、すでに香港や中国とのルートが確立しているため、自分でリスクを背負ってまで無理に仕入れる必要はない。中国人のトンさんの残した仕入れルートで、国内に輸入されたものを格安で卸してもらうだけでいいのだ。トンさんのルートで海賊ソフトが持ち込まれる前には、必ずFAXで注文票がNのもとに届く。それを見て注文するだけで、欲しい商品がNのところに届くようなシステムが、すでに出来上がっているのだ。

Nにとっての心配材料は、税関よりもむしろライバル業者である。

「これは、主にCD-ROMのほうなんですが、ときどき、会員の方から『お宅で売っているソフトのコピーが、格安でインターネット上で売られているよ……』とか連絡がくるんですよ。最近、不景気のせいか、よく暴力団が資金稼ぎのために参入してくることがあるんです。さすがにそれはどうにもなりません。が、単なるマニアがそんなことをやっていたら、潰しますよ……」

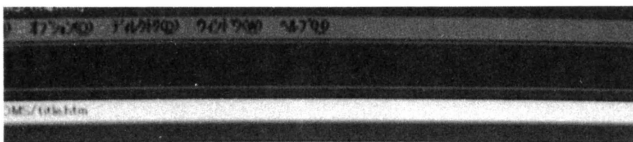
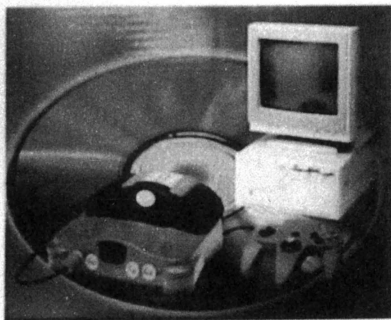
タレ込みが会員からあると、まず相手に気づかれないように情報収集をする。自分たちから購入したものを無許可でコピーして売っているのがはっきりしたら、電話をかけるなり、電子メールを送るなりして、相手に接触する。一方で、自分の顧客のなかにいる相手の関係者も見つけ出し、その客には商品を流さないような措置をとる。

「電話では『オレのところの商品を売っているだろう。ふざけんなよ!!』とか、まず相手に伝えます。その時点で、相手がわかって引く場合もありますが、そうじゃない場合も少なくありません。けっこう相手が逆ギレして怒り出して『オレのバックには××組がいるんだけど、いいのか?』なんて、威しをかけてくるんですよ。

一回、東京のある新規業者がボクたちのコピーをサバき出したので、直接事務所を訪ねて文句言いに行ったんです。すると、二十歳かそこらのチーマー風のオニイチャンが出てきて、暴力団の組の名前を出して凄んでくるんですよ。

そう簡単に引き下がるわけにはいかないでしょ。こっちにもテキヤの知り合いがいるんで、適当なそれらしい組の気配をちらつかせたりするんです。ハッタリなんですけどね。でも、これが原因で、本当に組同士のケンカになってしまったら、相手だって困るわけですよ。で、その後はやめたみたいですねえ。もちろん、商品の仕入れルートを押さえたりもしましたから」

ただそんなときに困るのが、相手の密告だ。自分の商売がダメになった腹いせに、警察に「Nのところは海賊版の違法ソフトを扱っているぞ」と通報する者もいるという。

「二、三回、最寄りの警察に呼ばれて詰問されたことがありましたよ。まあ、違法とはいっても、著作権法は相手(ゲームメーカー)が告訴しなければ、罰せられませんからね。とはいっても、警察に呼ばれたら、とにかく口答えとかはしないで、おとなしくしていました。下手に逆らって目をつけられたら、罪を犯していなくても犯罪者に仕立て上げられてしまうところが、警察にはありますからね……。今までのところは、儲けもそんなに大きくないということで、

大目に見てもらってます。逮捕まではいかなくて、始末書を書いておしまいです」
警察だけでなく、税務署も怖い存在だ。なんせ副業の利益月間百万円を隠匿しているからである。そんな税務署対策のために、一時その筋の人に頼んで架空口座を用意してもらった。会員からの代金も、そこに振り込んでもらっていた。
ところがある日、その架空口座にあるはずの現金百万円が、すっぽり引き落とされて消えてしまったのだ。
「架空口座を用意してくれた人が、勝手にお金を引き落として雲隠れしてしまったんですよ。名義人の住所、氏名、連絡先や口座番号など相手はすべて知っているわけですから、引き落とすなんて簡単でしょ。以来その人は行方不明で、大変な損害でした。それからですよ、会員からの送金を現金書留一本に統一したのは」
それなりのリスクは、やはり覚悟しなくてはならないということだ。

＊

たかだか、千五百人ほどのマーケットだというが、そこで動く金は、一人年平均五万円としても一年間で七千五百万円。原価を差し引いても五千万円ほどの利益が業者側に生まれる計算になる。これをNら数人の個人業者が分け合うのだから、商売をやるほうには、それ相応の収入にはなるはずだ。
ただし、その労力とリスクを考えれば、おのずと行なう人間は限定される。Nらが、海賊ソフトやコピーソフトの売買を続ける動機の大半は、やはり、コレクターとしての「性」というしかない。
彼らにとって、「金儲け」は、あくまでも結果でしかないということだ。

スーパーファミコン裏ソフト

任天堂にツバを吐いた青年

シリーズ合計十万本ーという裏ゲームでは記録的大ヒット。
任天堂とライセンス契約を結ぶことなく世に出た、
伝説のスーパーファミコン・ソフト『SM調教師・瞳』シリーズ制作秘話

梅宮タカコ（フリーライター）

『SM調教師・瞳』……。

この、ワケのわからない淫靡な響きのするタイトルから、スーパーファミコンのゲームソフトをすぐさま連想できるようだったら、あなたもいっぱしのゲームオタクといってよいだろう。

本来なら、絶対に必要なはずの任天堂の許可なくして、勝手に開発・発売された禁じられたウラゲーム『SM調教師・瞳』は、アニメ絵の女の子を監禁して責めながら調教してゆくという、『スーパーマリオ』とは天国と地獄ほどもかけ離れたコンセプトの暗黒ソフトウェアだ。

発売当時（九四十月）は、秋葉原を徘徊するマニアたちの間でヒソヒソと話題になる程度だったが、知名度が上がるにつれ、ゲーム業界全体をも震撼させ、結果、任天堂からの強硬な圧力にも負けず、日陰の世界で売れに売れまくり、六つも続編が出るまでの裏世界ベストセラーソフトになった。ちなみにこれは、ゲームの世界に「SM調教」を持ってきた世界初のゲーム・ソフト。これを機に、その手のSM調教シミュレーション・ゲームの発売が相次ぎ、そのブームは今も続いている。

製品の性格上、はっきりした出荷本数は謎に包まれているが、製作サイドの話ではシリーズ通算で十万本を軽く突破しているとのこと（通常、エロゲーの世界では五千本も売れれば大ヒット）。これが本当だとすれば、我々には想像もつかない巨額のカネが動いていることになり、そうなれば当然カネに絡んだイザコザもあるだろう。

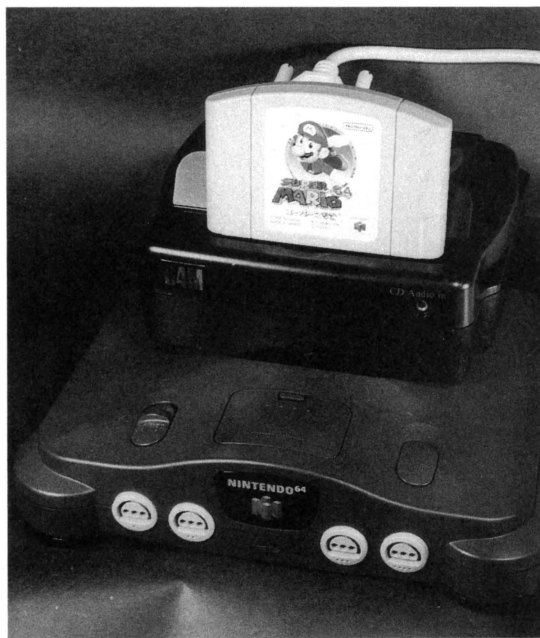
果たして、任天堂にツバ吐くようなことをして、殺し屋（笑）は来なかったのだろうか？　一般流通に乗せることのできないウラゲームを、どうやって売りまくったのか。そして、どれだけ儲かったのか？

そのあたりの事情を明らかにするために、ここでは、「瞳シリーズ」の産みの親でもあり、現在は某ゲームメーカーで当たり障りのないゲームを作っている男・飯野賢三氏（二十二歳・仮名）に登場していただこう。

飯野氏は、その仮名からもわかるとおり、ゲーム・マニアなら誰でも知っている、態度と図体のでかさでは定評のある、某ゲーム会社の名物社長・飯野賢治そっくりの風貌である。目つきもおどろおどろしく、どこか、この業界に関わる人々に共通する悪魔的な雰囲気を漂わせている。

問題の「瞳シリーズ」の裏話は、後でじっくり聞くとして、まずは、飯野氏とエロゲーの出会いから、話を進めよう

「ゲームドクター」との運命的な出会

そもそも『SM調教師』に関わ

り始める以前の飯野氏は、どこにでもいる普通のプログラマーだったという。学生時代には、自分で作ったゲームをコミケで販売するなど、すでにオタクの洗礼も受けている。

　そんな青春時代だから、オナニーのネタも、「もっぱらパソコンのエロゲー」というわけで、毎日毎日、右手を動かしながら数多くのエロゲーを解き明かしていった。

そのため、飯野氏のエロゲーに対するこだわりは並大抵のものではない。

「普通のエロゲーって、肝心のエッチなシーンまで辿り着くだけでもひと苦労でしょ。そういう面倒くさい作業はなるべく少なくして、実用的、つまり電源入れて即オナニーできるようなゲームが欲しかったんだよね。で、ないから自分で作ろうと構想を練ってたんだけど、考えれば考えるほど、このコンセプトが実現できるのは、スーファミしかないんだよね……」

　フリーのプログラマーとしていろいろなゲームメーカーを渡り鳥のようにさまよっていたあるとき、飯野氏は香港からやってきた「ゲームドクター」という謎の怪しげな機械と、運命的な出会いをする。

「これ、要するにスーパーファミコンにつなげて、カセットの中味を全部フロッピーにコピーしちゃうための機械なんだけど、これとパソコン、あとはプログラムの技術さえあれば、その辺のガキでも、スーファミのゲームが作れちゃうっていう、とんでもない代物だったんだ。どうとんでもないかっていうと、今までメーカーから提供されていた、一セット数百万円の開発機材と同じことが、わずか二万円の怪しげな機械でできちゃうんだから。やっぱりすごいでしょう、これは」

　パソコンで作ったプログラムをゲームドクターを使ってスーファミ上で動かし、うまく動いたら、そのデータをすべてROMに焼いて、カセットにしてしまえばいい。

　技術がなければ考えついても実行に移せないが、幸い飯野氏は中学生の頃からハッカー雑誌に投稿しまくっていたほどの技術野郎。おまけに周りには、学生時代のマニア仲間がウヨウヨしていた。肝心の制作費も、背後がうさん臭そうなのが気になるが、援助させてくれと申し出てきた、「オヤジ」と呼ばれる謎の男の力を借りることにした。

ウラ業者の常套手段

　この時点で、任天堂の認可を受ける気も、また、受かる可能性もまったくなかったため、プログラム開発に関わる資料やノウハウなどはまったく手に入らない状態だった。これでは一本丸々作るのに、何年かかるかわかったもんじゃない。

　しかし、飯野氏は、ウラ業者の常套手段ともいえる、強硬手段を用いて、この危機も難なく乗り切ってしまう。

「なければないで盗んでくるまで

さ。たまたまウチの関係者に某ゲームメーカーに勤める社員がいたもんだから、そいつにちょっと鼻薬を嗅がせて、開発資料一式をパクってこさせてね。それを参考にして、開発ツールをひととおり作ったわけ……。だけど、そのなかに音源の資料だけ入ってなくてね。だから最初に作ったバージョンだけは、音がくそ情けなかった」

　非合法スレスレの線でめでたく開発環境が整ったわけだが、苦難の道はまだ始まったばかりだった。

「最初は僕も資金調達で忙しかったから、知り合いのプログラマーをひとり雇ってみたんだけど、こいつが本当に使えねえバカで、僕が怒ると逃げるし、言ったことできねえし、しかたないからほとんど自分でプログラム書いてたんだ。それだけじゃなくて、家賃は滞納してるわ、一時期は食い物買う金すらなくなって、そんとき腹減って死にそうになったもんだから、水で溶いた小麦粉に塩つけて食ったりしながら、必死になって作ってたんだよね……」

　資金不足のため、エロゲーにとっていちばん要になるグラフィッカーについても、少々時代遅れのタッチを得意とする二流どころしか雇えなかった。

あくまでも〝合法商品〟

　こうして半年がかりで、地獄のような環境の中生み出された『SM調教師・瞳』は、制作者自らイマイチと認める中途半端な出来にもかかわらず、謎のオヤジの強引な申し出もあって、急遽リリースされることになった。

　だが、ここで問題になったのが、肝心のゲームを入れるカセットの調達である。

　そもそも、ゲームを入れるためのカセット一つにも任天堂のあらゆる特許が絡んでおり、これを勝手に作ってしまうようなことがあれば、まさに任天堂の思うツボ。速攻で訴えられてしまうのは間違いない。そこで飯野氏は妙案を思いついたのだ。

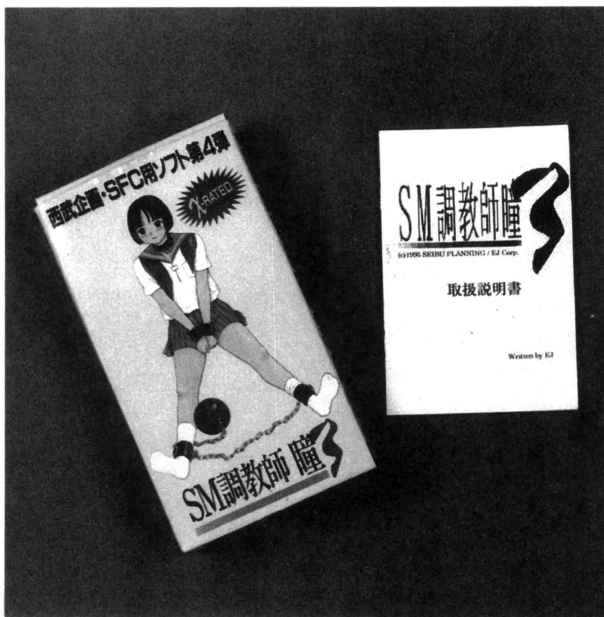
　秋葉原などのゲームショップ店頭でよく見かける、売れないゲームの投げ売りセール。なかには百円などというタダ同然の価格で売られているものもある。飯野氏はこうした投げ売りソフトを買いまくった。

　さらには、流通会社の倉庫に眠っている同種の不良在庫も、捨て値同然で買い占めることに成功した。

　これで何をするかというと、ズバリ、中古カセットの中味に無理やり『SM調教師・瞳』のROMを入れ、回路にジャンパーを飛ばして、スーファミに入れると『瞳』が動くようにしてしまうというワケ。これなら法的な問題を犯さずに、大量のカセットを生産することができる。

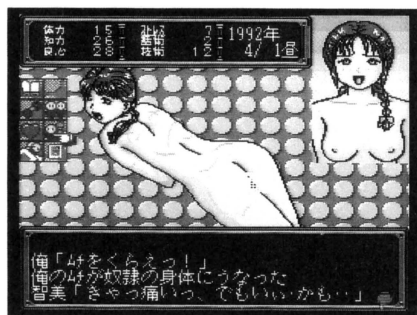
　もし、あなたの手元に『SM調教師・瞳』のカセットがあるなら

ラベルの下にもう一つラベルが

ば、カセットに貼られたラベルを剝がしてみるといい。その下から、まったく違うゲームのラベルが現われるはずだ。
「カセットの特許に関わる問題の解決法は、いま考えても我ながら上出来だったと思うけど、その手柄もみんなあの狸オヤジに取られちゃった。あるとき、行きつけのソバ屋で何気なく週刊誌を広げたら、狸オヤジがいつの間にか取材受けてて、何もかも全部、あいつがひらめいたことになってるんだよね。どうでもいいけど……」
いちばんの懸案だったカセットの生産問題が片づくと、次は外箱である。外箱は広告代理店に作らせたが、このときはこのときでノリシロを間違えられてパートのおばさんが大混乱。それが終わると、今度はショップへの営業活動が待ち構えていた。まさに貧乏ヒマなしである。
謎のオヤジが営業に向かう気配をいっさい見せないので、ここでまた飯野氏の出番となる。秋葉原に出向いて、ゲーム関係の店を根気よく、一軒一軒頭を下げてまわらなければならなかった。
任天堂の圧力怖さに門前払いされる店、恐々ながら委託販売させてくれる店もあれば、いきなり喜んで大量に扱ってくれる店もあり、反応はいろいろだったという。
しかし、それからすぐ、『ファミコン通信』をはじめとする専門誌で『SM調教師・瞳』が、話題として紹介されるようになると、今まで話を渋っていた店も反応を和らげ、これまで考えもしなかったパチンコ店や池袋の露天商などからも注文が殺到するようになった。
「反響は山のようにあったよ。手紙も何千通となく来たし。はっきりいって、これだけ人気があれば、一生食ってイケると思ったね……。だけど、そうは問屋がおろさなかった。所詮は日陰者ってことかなあ」

6シリーズの合計が10万本の大ヒット

任天堂から感謝状でもいただきたい

ソフトがガンガン売れ続け、向かうところ敵なしの飯野氏に、さまざまなトラブルが降りかかったのは、それからすぐのことである。
当初、資金提供を申し出てきた「オヤジ」と名乗る謎の人物――それまでは流通関係の会社を持っていたようだが――が、『SM調教師・瞳』に関しての実際の業務では、カセットの製造と流通を取り仕切り、飯野氏は営業に励んでいた。が、目の届かないところで「オヤジが販売本数をごまかす」ようになってくるまで、そう時間はかからなかったという。
この「オヤジ」の話になると、飯野氏は話にいっそう力が入る……。
「こっちの計算では、億の金が入らなければおかしいっていう売れ行きなのに、実際に狸オヤジから振り込まれた金はいくらだったと

思う？　わずか一千万だよ。一千万！」
　その頃、まだ社会経験の少なかった飯野氏だが、通称オヤジとは確固たる契約を交したのにもかかわらず、売れた分の分け前をもらうにしろ、すべてはオヤジの報告次第というわけだったのだ。
　製作途中、金がないときに制作費を援助してくれたものの、それだって総額二〜三百万円がいいところ。わずか一千万円の分け前では、制作費を差し引いたらほとんど何も残らなくなってしまう。
　飯野氏は当然、怒り狂い、オヤジに分け前をもっとよこせと、彼の会社へ談判に向かった。だがしかし、そこで待ち受けていたのはオヤジではなく、警察だったのだ。
「あの馬鹿オヤジ、同じ事務所で海賊版のコピー・ゲームソフトをガンガン売りまくってたんだよ。それも雑誌に広告まで載っけて堂々とね。いつか捕まると思ってたけど、まさか関係ない僕まで捕まるとは思わなかった。今でもあれは任天堂からの圧力だと思ってるよ」
　結局、証拠も何もなく、すぐに釈放された飯野氏だが、逮捕されたとき、テレビや新聞報道で、自分の顔写真がバッチリ修正なしで流され、今でも親との仲はシックリいっていないという。
　例の狸オヤジは罰金刑で釈放された後、任天堂から「『瞳シリーズ』から今すぐ手を引くなら、民事で訴えるのは辞めてやる」という主旨の取引を持ちかけられ、有無を言わさず了解させられてしまった。
　こうして初代『SM調教師・瞳』は、闇のかなたへ葬られることになったのである。
「結局ほとんど儲からなかったし、あの狸オヤジの顔なんて、金輪際思い出したくもないけど、ソフトを作ったこと自体はまったく後悔してないよ。もともと誰にも迷惑かけてないし、任天堂だって実害は何もないじゃない。それどころか、スーファミ本体の販売促進に、少なからず貢献したんだから、感謝状でもいただきたい気分だよね」
　と語る飯野氏。今は普通のゲームを作っているというが、エロゲーを復活させる日もそう遠くはなさそうだ。今度はパソコン用にカタチを変えて……。

エミュレーター・シェアウェア……年間収入八百万円

ファミコン・エミュレーター伝説

ゲームマニアの間で密かにブームとなっているゲーム機エミュレーター。今ではそのほとんどがフリーウェアとしてインターネットで公開されているが、唯一有料で配布されているのがファミコン・エミュレーターだ。その開発者に聞く「商売」としてのうまみ

原田仙人（フリーライター）

エミュレーターというものをご存じだろうか？　簡単にいえば、パソコン上で他のゲーム専用機のソフトを動かすためのソフトウェアのこと。これを使えば、本来は専用機でしか動作しないファミコンやPCエンジンなどのゲームを、パソコン上でプレイできるのだ。すでに、インターネットなどではフリーウェアとして普通に出回っていて、マニアもけっこうな数いるのである。

当然の話だが、このエミュレーターで実際にゲームを楽しむには、ゲームソフトが必要となる。といっても、ゲーム機専用のソフトをそのまま使用するわけではない。データを何らかの方法で吸い出し、ファイルにしてあるものをパソコン上で使用するのだ。これをROMデータという。

ROMデータを作るには、通常は、専用のハードウェアを使ってカセットの中のデータを吸い出さなければならない。とはいえ、このハードウェアは店で買えるという代物ではない。自分で（または友人に頼んで）作らなければならないのだ。吸い出すためのゲームカセット自体をもっていないと話にならないわけで、そんな手間のかかることをするなら、本物のゲーム機で遊んだほうがいいにきまっている。

では、実際はどうしているのか。何のことはない。ROMデータを吸い出した人から、モノをコピーしてもらえばいいのだ。中身はあくまでもデジタル情報なので、パソコン上で簡単に複製ができてしまう。

もちろん、これは著作権法に触れる可能性が非常に高い行為なのだが、現在インターネット上では多数のROMデータが出回っていて、簡単にROMデータをダウンロードすることができる。

また、ROMデータをCDやMOに大量に入れて売っている連中もいる。ちょっと前の話だが、大手パソコン通信の掲示板で「450本のファミコンのROMデータ入りのMOを1万5千円で売ります」などという掲示もあった。調査のために実際に購入してみたところ、ゲームのほとんどが動作した。これで、一万五千円なら、安い買い物である。

なぜウケたか？

ゲーム機エミュレーターの登場は、ゲーム・マニアにとっては衝撃的なニュースだった。

その昔、ファミコンなどのゲームカセットをすべて集めようと思ったコレクターは意外に多かったはずだ。ところが、それをやるとなると、モノはかさばり、なにより金銭的に限界がある。それが、エミュレーターの出現によって一変したのだ。ゲームソフトのRO

Mデータは場所をとらず、本物に比べ非常に安い。少しの労力をいとわなければ無料で手に入れることができる。それがコレクターにはたまらなかったのだ。
　彼らは、パソコン通信やインターネットなどで、ゲームソフトのROMデータをばら撒き、交換を始めた。それを手に入れた普通のゲームファンが、懐かしさや物珍しさなどから実際にゲームをやってみたくなり、逆に、エミュレーター本体を入手する――こうして、エミュレーターは、ゲームマニアの間で普及していったわけだが、その結果、現在インターネットでは、エミュレーターやそのROMデータをフリーウェアとして無料で配布しているサイト（ほとんどがなぜか海外のサイトであるが）が無数に存在するまでになっている。

Home
What's New
Emulators
Emu Link
Game Review
Emu Q&A
Emu BBS
BBS2

- 1997/12/22
  - ゲームレビューに「スペランカー」を追
- 1997/12/9
  - エミュレータQ＆Aに項目を追加。
- 1997/12/3
  - ゲームレビューに「謎の村雨城」を追
  - パソファミが ver2.2g にバージョンア
- 1997/11/29
  - ゲームレビューに「チャレンジャー」を
- 1997/11/28
  - エミュゲーム小技集が、エミュレータ
- 1997/11/26
  - ゲームレビューに「悪魔城ドラキュラ
- 1997/11/25
  - ゲームレビューに「水晶の龍」を追加
- 1997/11/24
  - ゲームレビューに「ビックリマンワー
  - Tips を少し追加。
- 1997/11/22
  - 見にくくなってきたので、エミュレー
- 1997/11/21
  - エミュゲーム小技集のページを追加
- 1997/11/17
  - 今日だけのいっきバージョン(^^;
  - Callus が ver0.23 にバージョンアッ
  - オールドゲームレビューコーナーを新
- 1997/11/12
  - Callus が ver0.22 にバージョンアッ
- 1997/11/6
  - ZSNES が ver0.201b にバージョン
  - Callus が ver0.21b にバージョンア
- 1997/11/5
  - ZSNES が ver0.200 にバージョンア
  - 「毎日チェックしたいページ」に「志保

　試しに日本のサーチエンジンgoo(http://www.goo.ne.jp/)で「エミュ」というキーワードで検索してみたところ、四百二十七個のホームページが見つかった。さらに、キーワードを「emulator」にし、海外のサーチエンジンで検索してみると、AltaVista(http://www.altavista.digital.com/)では一万七千八百二十九個、Excite(http://www.excite.com/)では四万一千三百八十八個ものホームページが見つかった。すべてがエミュレーターに関するホームページだとは限らないが、これは驚異的な数字である。
　しかも、これらエミュレーター専門のサイトのアクセス数が尋常ではないのだ。
　いくつか代表的な例を挙げると、「EMU NEWS SERVICE(http://members.aol.com/emunews/index.htm)」のカウンターは二百八十万ヒット以上、「Dave's VideoGame CLASSICS(http://www.davesclassics.com/)」が二百四十万ヒット以上。それだけ多くのマニアがいるということだ。

エミュレーターで儲けた男

　では、普通はフリーソフト、つまり無料で配布されているエミュレーターを、もしシェアウェアという形で、利用者からいくばくかの料金を取って提供したらどうなるか。先ほどのエミュレーター愛好者数から考えると、それこそ莫大な金が提供者に転がりこんでいることになる。
　実は、これまで一つだけ、前記のようなケースがあったのだ。
「ファミコン・エミュレーター」（一九九二年に登場）である。何を隠そう、その登場により一気にエミュレーターの知名度を上げ、ファンを増やした伝説のエミュレーターである。
　開発者であるA氏は、ソフトハウス勤務の現役プログラマーだが、ゲームに関しては、まったくのシロウトだったという。開発にあたっては、当初は『ハッカー』や『パソコンワールド』などの雑誌からファミコンの内部解析資料を入手し、それをもとに試行錯誤をしな

がらファミコン・エミュレーターを作り上げたのである。

エミュレーター作りはかなり時間と労力のいる作業である。当然、パソコン上でプログラムを組めるというのは最低条件だが、のみならず対象のゲーム機のハードやソフトにも深く精通していなければならない。ゲーム機のハードと一口にいっても、CPU部分、グラフィック部分、サウンド部分などがあり、とくにグラフィック部分はゲーム機では最も大切な部分だ。高機能に作られていて、この機能をエミュレートするには大変な労力を必要とするのだ。それを専門外のA氏が行なったというのは、半ば奇跡に近い。

「最初にファミコン・エミュレーターを作ったのは、私じゃないんです。ニフティの某フォーラムに小さな完全ではないファミコン・エミュレーターがアップロードされていて、それを私が少しずつ改良していったというのが本当のところです。もちろん、その作者には了解はとってやったんですけど……」

A氏がファミコン・エミュレーターを作った頃は、他のゲーム機のエミュレーターは（私の知る限り）まったくなかった。私自身、その存在を知って非常に驚いたのを覚えている。こうした時代に、まさに独占状態でA氏はシェアウェアとしてエミュレーターを配布したのだ。売れるのは火を見るより明らかだった。ちなみに、A氏が設定したシェアウェア料金は、三千円。これは今でも続けれれている。

「儲けですか？　う〜ん、あんまり言いたくないなぁ。そんなに多くはないですよ。まあ普通の会社員の給料くらいですね。ユーザー数でいうと何千人っていう単位です。ただ、一時は年間で八百万円くらいにはなったと思います。最近はそんなに収入はないですけど。

でも、けっこう変な人も多いですよ。ユーザーのなかでは感想や改善の要望をくれる人がいて、懐かしいゲームができてうれしいですなんていう感想をもらうとやはりバージョンアップの励みになりますが、寝たままでゲームができるように九十度画面が回転するようにしてほしいなんていう変な要望も昔はありました。今のところその機能は実現していないですけどね」

いずれにせよ、八百万という数字はけっこうな額である。月額に換算すると七十万円前後。サラリーマンの副収入としては充分すぎる金額だろう。

シェアウェアは管理が大変

もっとも、A氏の話では、シェアウェアというシステムはなかなか管理が難しいらしい。普通、シェアウエアとしてアップされているソフトにはプログラム上で使用制限が施されていて、一定期間以上の使用を不可にしたり、機能上の制限を設けていたりする。ユーザー側が代金を払いシェアウェア登録を行なった時点で、パスワードがユーザーに通知され、期間制限や機能制限が解除されるという仕組みだ。

だが、その場合でも、全ユーザー共通のパスワードを発行すると、当然、代金を払わずに人からパスワードをもらい、製品版を手に入れる者が出てくる。とくにエミュレーターを利用するマニアックなユーザーにはその手の輩が多かったようだ。

そのためA氏は、パスワードにこんなふうに工夫を凝らした。

「料金を払わないで製品版のパソファミを使おうとする人たちが多かったんで、同じパスワードでも、パソコンが違えば使えないようにしたんです」

もちろん、パスワードを無断使用するほうにも言い分があるようだ。ある掲示板で見つけた発言によると、このファミコン・エミュレーターは性能のわりには値段が高すぎ、また制限が厳しすぎて正当な評価ができないというものだった。

たしかに、初期の頃は動かないソフトも多く、三千円では割高な印象がしたし、制限時間が二、三分というのはあまりにも短い時間だった。シェアウェアの場合、制限期間が二、三カ月というのが一般的だからだ……というより、そもそも、シェアウェアでに配布と

いうシステム自体、今では信じられないことなのだ。
　現在は、多数のフリーソフトのエミュレーターが出ており、エミュレーターで一儲けすることは、ほとんど不可能といっていい。A氏のケースなどは特殊な例だろう。

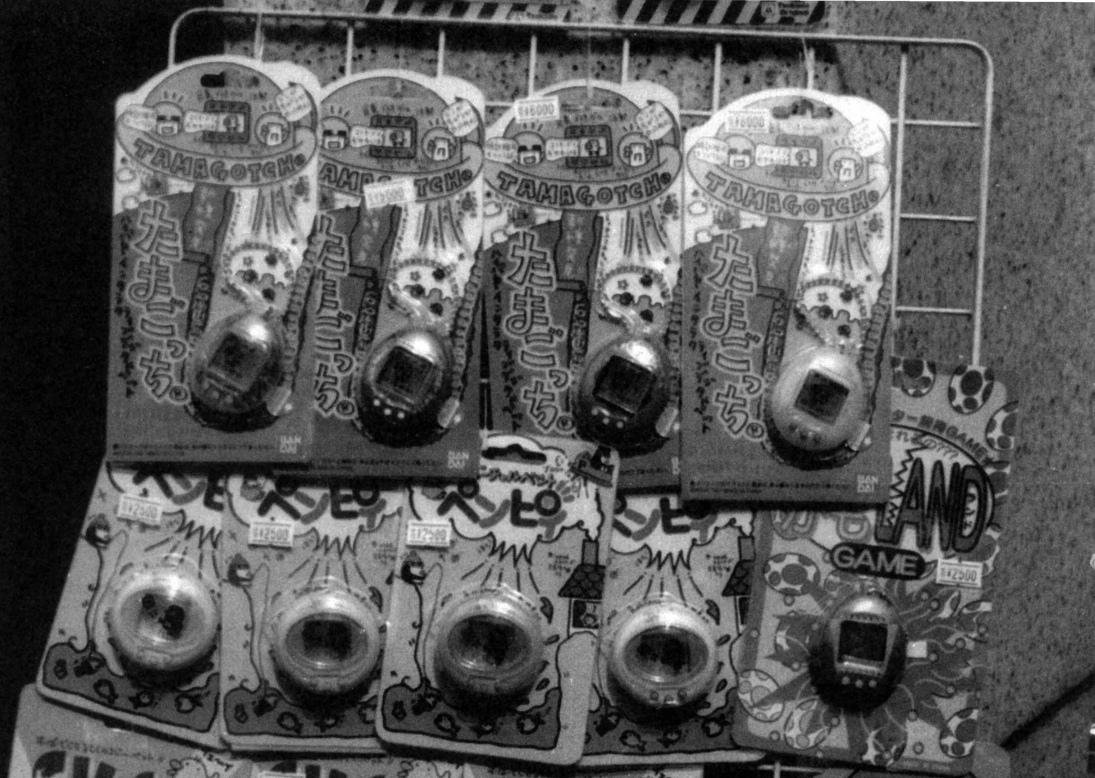
偽物エミュレーター事情

　現在は、さまざまな機種のエミュレーターがリリースされているが、もちろんそのほとんどがフリーウェアだ。ざっと並べれば、ファミコン、スーパーファミコン、メガドライブ、PCエンジン、アタリ、ゲームギア、ゲームボーイ、各種アーケードゲーム、MSX、X68kなどなど。一世代前のゲーム機はほとんど網羅されており、エミュレーター花盛りといってもいい。
　プレイステーション・エミュレーターなども登場している。まだ完全なものではないが、ナムコミュージアムなどいくつかのゲームはこのエミュレーターで動作する。また、このエミュレーターは本物のプレステでは動作しない、CD-Rで焼いたCDも動作させることができる。プレステでオリジナルのプログラムを作成する場合などはデバッグ環境に使えるだろう。
　変わったものでは、Nintendo64上で動作するマルチアーケード・エミュレーターがある。これはNintendo64上で動作する九十個近いアーケードゲーム・エミュレーターの集合体で、Nintendo64のCPUパワーのすごさを見せつける。それぞれのゲームはほとんど完全にエミュレートされており、音楽まで鳴っている。昔ゲームセンターに通った人なら、いくつかは懐かしいゲームがあるだろう。
　一方、偽物のエミュレーターというのも存在する。一時話題になったNintendo64エミュレーターは、実行すると「CPUパワーが足りなくて実行できません。このエミュレーターを実行するためには1000Mhzのペンティアムが必要です」というメッセージを出力するなんともふざけた代物で、作者のホームページにも「これは本当は動かないソフト」だと(英語で)書いてあった。実は、ニューズグループや掲示板などで「Nintendo64エミュレーターはどこかにありませんか?」と質問している人たちを馬鹿にするために作られたらしく、一種のジョークソフトである。作者はそのソフトについての質問が多かったのに気をよくして、「Nintendo64のエミュレーターが非常に評判がよかったので、第二弾としてプレイステーション・エミュレーターを発表することにしました」という気の利いたギャグをかましていた。もちろん、このプレステ・エミュレーターもジョークソフトで、実際には動かない。
　最新の美しいグラフィックのゲームもいいが、昔の趣のあるゲームもなかなかオツで、私は好きだ。

PART 2

お宝グッズ

プレミア・バブルの果てに

人気キャラクター商品偽造……限定五十個、粗利百八十万円

プレミア価格二十万円。僕が作った、あの幻の偽物レアグッズ

某人気ゲーム・ソフトの販促用に作られ、後に高額なプレミアが付いた「湯飲み茶碗」の偽物を制作・販売。一ヵ月あまりで二百万円近くを荒稼ぎしたという、あるレアものコレクターのあきれた手口を、実行者本人が公開！

田中進一（仮名・レアもの収集家）

プレミア価格は誰が決めるの？

僕は、現在二十四歳ですが、世間からは、いわゆる「オタク」と見なされている典型的なマニア人間です。アイドルからアニメ、コンピュータ&ゲームと、ひととおり極めたつもりです。

五年前に高橋由美子にハマったときは、彼女の出演番組を全部チェックし録画しておくために、一年以上にわたってテレビの全チャンネルを二十四時間録画しました。

最近の、お宝&プレミア・グッズ・ブームは異常です。

秋葉原あたりのアイドル専門店やアニメ関連ショップでは、広末涼子のNTTのPOPや、綾波レイが描かれた『新世紀エヴァンゲリオン』の販促ポスターが、法外な値段で売りに出されています。テレカ・ブームが一段落したと思っていたら、今度は、トレーディング・カード……。ただ、絵が印刷してあるだけのあんなカードに、三万円もの値段がつけられているのも異常ですが、また、それをうれしそうに買っていく連中がいるのも、けっこう、笑えます。

たしかに、数が少ないものは欲しい——こういう気持ちは、僕らには、ある種の共通認識としてしっかり存在しています。なかには、まんだらけのように、それを商売につなげてしまうところもあります。

けれど、骨董品や美術品のように、十年後も今のようなプレミアが付いているかどうかは、疑問です。値段は落ちても、上がることはない。〝お宝グッズ〟など、所詮はその程度のものなのです。

また、三年くらい前には、N・Y（当時、親衛隊員の数は数名だったため、実名をあげるとバレてしまうのでここではイニシャルだけにしておきます）というB級アイドルの親衛隊もやりました。

アニメやゲームもキの字がつくほどのマニアです。ゲームソフトはエロゲーから海賊ソフトまでほとんど網羅しました。キャラクター・グッズのコレクションもかなりの数あります。なかでも自慢の品は、現在十万円ものあきれたプレミアが付いている『To Heart』といわれるエロゲーのキャラクター〝あかりちゃん〟の等身大POP。ちょっと前にアキバのソフマップで限定五体を七万円で売りに出したら、あっという間に売り切れた伝説のレア・グッズです（ちなみにこれは、たばこのヤニがつかないように、全身をサランラップで包んで大切に玄関に飾ってありますが……）。

オタク同士ならいざ知らず、こうした自分のコレクションの話を他人に話すというのは、実は、けっこう、恥ずかしいものなのです。普通の人にはまず理解できません。それが、お宝ブームのおかげで、「プレミア品」として、普通に話せるようになったのですから、けっこうな話じゃないですか（笑）……などと思う半面、やっぱり、近頃のお宝ブームには、真正オタクとしてどこか腑に落ちない点があるのも事実です。

だいたい、プレミア・グッズの相場なんて、誰が決めているのでしょう。まんだらけのように目録を作って、ある程度の基準を作っているところもありますが、大概は、雑誌の編集者やライターがプレミア・グッズの記事を作るにあたって、適当に大げさな値段を（というより、値段が高いほうが記事になるという理由で）デッチ上げているというのが実情ではないですか。なかには、自分が所有しているレアものに、数十万円もの法外なプレミア価格を付けたライ

ターがいたなどという話も、僕の周囲で囁かれているくらいです。

そんなわけで、実際には、商品の店頭相場もまちまちで、店によって百倍以上の差がつくことも、この世界では決して珍しいことではないのです。

バカなオタクども

他の人が持っていないモノを持ちたいという欲求は、僕には人一倍あります。発売前のCDのチラシに、販促用のポスター、サンプル版などには、目の色が変わります。アニキャラで限定だったらなんでもいいのです。限定配布のモノなら迷わず徹夜で並びます。昨年(九七年)の十一月二十八日にも、『初音のないしょ』というエロゲーの限定三万本のクマさんのシャーペンをゲットするために前の日から店の前に並びました。もちろん、みんな未開封で保存してあります。それが通のやり方なのです。

レア・グッズというのは、それを苦労して手に入れるからいいのです。高い金を払って買うなんてのは、僕に言わせれば邪道です。そんなことをしてもつまらないし、誰にだってできるじゃないですか。そういう意味では、プレミアなんてくそくらえ！っていうのが正直なところです。

そればかりか、最近とみに、お宝ブームで高額なプレミアが付いたために、やれ本物だ、やれ偽物だといった真贋にこだわる風潮が、目立ってきたように思います。これまでは、仮にそれが偽物だったとしても、本人が本物だと思って持っているのなら、別に問題はなかったのです。そもそも、レア・グッズなんてのは、そのくらい自己満足の世界なのです。

いや、それ以前に、偽物自体を楽しむという感覚がオタクの世界には、あったはずです。僕自身、これまで何度となく騙された経験がありました。アイドルタレントの裏ビデオなんて、一本三万円もするものを何本も買いました。『ウルトラセブン』の幻の十二話とタイトルされたビデオも何本も集めました。もちろん、中身は偽物です。相手がどう嘘だとわかってて買うんです。

騙してくれるのかを楽しむんでです。
ところが、最近のオタクには、すぐに詐欺だなんだと騒いで、裁判まで起こすようなヒステリックな連中が増えています。僕には、それがとても腹立たしいのです。
……そんなわけで、以下で紹介する偽キャラクター商品の裏ビジネスは、優雅に騙される気持ちもなく、単にプレミア商品に群がる近頃のバカなオタク連中を騙してやろう！ という、僕の怨念で始めたものでです。もちろん、小金を稼いでやろうという下心もありましたけど……。
ほんの一年前の話です。

ターゲットは「★★★★」

アニメなどのキャラクター・グッズの偽物を作るのは簡単です。基本的には、どこからか絵柄をパクってきて、印刷すればいいだけの話です。ただし、いったん印刷されたもの(要するに色分解されたもの)を再び印刷すると、技術上の問題で、誰にもわかるような色ズレが発生したり、絵全体がなんとなくぼけたモノに仕上がります。こうなると、「本物」として売るにはちょっと無理があると思います。
また、本物が巷にけっこう出回っている品も、それと見比べられる可能性がありますので、あまりススメられません。絶対見破られない「偽物」を作るのなら、耳かきとかスプーンとかカップなど、あまり持っている人間がいなさそうなモノのほうがいいのです。誰も見たことのない品だったら最高です。
ちなみに、サイン色紙などは、私が書いたとしてもバレることはまずないと思いますが、逆に言えば、サインなんてその程度のものという認識がマニアの間にあるため、高値で売るのは難しいのです。
また、テレホンカードも意外と需要がありません。アイドルやアニメのテレカなら、写真や絵柄をどこからかパクってきさえすれば簡単にできますが、先ほども言ったような理由から、印刷ムラが必ず起きます。しかも、テレカの場合は、すでに目録が出ているものも多く、本物と見比べられるため商品に対する目も厳しくなるのです。はっきり言いますが、テレカでは儲かりません。
では、僕の場合はどうしたのかといえば、もちろん、①高いプレミアが付いていて、なおかつ、②意外と商品がみんなの目に触れられていないモノ——に狙いを絞ったのです。そんな都合のいいものがあるのかって？ 探せばあるのです。
僕がターゲットにしたのは、九五年の末に発売され大ヒットとなった『★★★★』

というゲームの販売促進用の湯飲みでした。

これは、発売当日に、秋葉原のソフマップで、先着五十名のみに配布されたプレゼントの「おまけ」でした。その後、ソフト自体の知名度が急激に高くなるにしたがって、プレミアが付けられた典型的人気グッズの一つです。某雑誌の記事には、一つ十万〜二十万円ものプレミアが付いているとまで書かれていた代物です。

湯飲みなんてそんな簡単に作れるわけないだろ、と誰しも考えがちです。でも、やってみなければわからないじゃないですか。それに、実際に「本物」を目にしたことのある人間がどの程度いますか。仮に写真を見たことがあっても、どこまで正確に覚えていますか。覚えていないと思います。まさに、偽物作りには最適な品物なのです。

偽物オリジナル

まずは、湯飲みの実物が紹介されていた雑誌を参考にして、湯飲みに描かれている絵の手配から始めました。ゲームのパッケージから絵柄を拝借することも充分可能ですが、そんなことはしません。理由は、先ほど説明したとおりです。シロウトでも見た瞬間に怪しむはずです。

もっとも、「偽物オリジナル」として、原価の二倍以上のプレミアが付く場合もあります。が、それは今回の趣旨ではありませんし、大金を確実にゲットするまでにはいきません。要は、いかに「本物」として売りさばき、その後もバレずに済ますかということです。

絵は、あくまでも、印刷される以前の（つまり色分解される前の）オリジナル原稿でなくてはなりません。では、どうしたのか。

メーカーに忍び込んで原画をパクってくる……などといったハイリスクなことは、当然しません。早い話が、オリジナルのものに似せて模写をしてしまえばいいだけの話です。

まずは、マンガ家が彩色に使用するコピック（一本四百円程度）を何色か揃えて、サンプルを元に、マンガ専用の原稿用紙に何度か練習描きを行ないました。多少の絵心があれば、半日も練習すれば誰だってそこそこの仕上がりにはなります。原画そのものを売るわけではないのです。多少のペンタッチの違いなど、いざカップに印刷されてしまえば気にならないものです。キャラクター・グッズのなかには、けっこう、絵のタッチが本物と異なるモノだって存在します。

ちなみに、僕自身の絵のレベルは、はっきり言ってそれほど上手というわけではありません。それでもコミケなどに参加した経験もあり、多少の絵心はありました。出来上がり次第では、知り合いのアニパロ系の同人誌作家に、適当な理由をつけて頼むということも考えましたが、これはやめにしました。そこそこの作品が仕上がったからです。

さて、絵を手配した後は、カップの手配と印刷所探しです。

なにぶん初めての経験でしたので、どの業者にどのように発注するのかも、最初は見当もつきませんでした。心当たりのある業者などもいません。しかし、実際にモノが存在しているということは、そこには製造業者がちゃんと存在しているということです。

普通、メーカーが自社のゲームソフトの販売促進商品を制作する場合、街の小さな零細企業になどには発注しません。大概は広告代理店などを通して大手企業がまとめて担当します。しかし、その場合でも、結局は、いくつもの業者を経由して、下請けの零細企業が実際の作業をすることになるのです。

僕の場合は、最初から末端の小さな零細企業にお願いするつもりでいました。金銭的な問題もありますが、ある程度の規模の会社ですと、メーカー側と取引があったりして、うっかりこんなものを発注すると怪しまれると思ったからです。そうなると計画は台なしです。広告も出していないような、小さな会社に越したことはないのです。

まずは、印刷会社探しから始めました。

モノは試し

業者の選定は、電話帳でやりました。大方の人は、電話帳というと、もはや家庭ゴミの一つくらいにしか考えていませんが、実は「情報」と「商売のネタ」の宝庫なのです。あれだけの情報量がありながら無料というのは、情報が金でやりとりされている現代社会にあっては、実は信じられないことなのです。活用しない手はありません。

「湯飲みを印刷したいんですけど……」

印刷所の欄を開いて、そこに記載されている業者を一件一件こまめに電話をしてまわりました。

「うちじゃ、やってないよ」

だいたいの場合は、こんな答えが返ってきます。こっちが何か言う前に、電話を切る失礼な業者もいました。そんな業者はこっちからお断わりです。電話がつながる以前に、留守番電話になっていたり、挙句には電話が止まっている業者も少なくありませんでした。

たしか、二十軒目ぐらいだったと思います。

「うちではやっていないんですけど、ご紹介しましょうか?」

〝モノは試し〟とは、まさにこのことです。ひたすら電話をかけまくった甲斐がありました。良心的な印刷屋さんがマグカップなどを専門に印刷してくれる別の業者を紹介してくれたのです。

紹介された印刷会社は、「東京ラーメン」で有名な○○○○(場所を公にすると、犯人探しが始まるのでここでは言えません)にありました。

「うちで扱っているのはこれなんだけど……」

担当者は僕を応接室に案内すると、さっそく、無地のマグカップが並んでいる使い古されたカラーカタログを広げて見せてくれました。不細工なものから、センスのいいものまでさまざまです。頭の中に、しっかりと「本物」の形を叩き込んでおいたのですが、最初はなかなか、それらしき品が見つかりませんでした。後で犯人探しが始まったときのことを考えれば、たとえ街の小さな印刷会社とはいえ長居は無用です。あまり、相手に自分のことを印象づけることは、得策ではないのです。

その一方で、焦りは禁物です。ちょっとでも、挙動不審な態度を見せれば、相手に怪しまれるだけです。

何ページ目かで、やっと『★★★★』の湯飲みと同じ形の、プラスチックの蓋の付いた湯飲みの写真を見つけました。すぐ

に偽物とは気づかれない程度には、似ているタイプのものです。

さっそくこれを選び、その場で自分が描いた例のイラストを渡して、交渉に入りました。なるたけこちらの印象をなくすためにも、下手に交渉を長引かせるのは避けなければなりません。

結局、原価四千円、最低でも十個の受注という先方の条件をそのまま受け入れ、五十個ほど注文をすることに決めました。

発注が済めば、長居は無用です。すぐさま印刷会社を後にしました。この間の所要時間は、せいぜい三十分といったところでしょうか。

本物そっくりの偽物

あとは、ひたすら待つだけの作業です。予定どおり、一週間後の水曜日、夕方四時頃に、先方から仕上がりの連絡が僕の携帯電話の留守録に入っていました。翌日、僕は、必死な思いでかき集めた制作費二十万円を手にし、再び緑色の電車へと乗り込んだのです。

「これでいいですか?」

頭の薄いオヤジが白い箱から湯飲みを取り出しました。目の前に出されたのは、僕もビックリさせられるほど本物にそっくりな湯飲みでした。

銀行引き落としや分割払いなども可能なのでしょうが、つきあいはその場限りにするに越したことはないのです。現金二十万円をその場で担当者に手渡し、五十個の湯飲みが入った大きな手提げ袋を両手に抱えて、印刷会社を後にしました。

物が揃えば、あとは速度勝負です。現物を見せて相手にじっくり考えさせるような直売は、当然、避けなければなりません。当然ここは、情報の伝達速度と証拠が残らないという利点では突出しているメディア、インターネットでの販売というのが、最も賢い選択です。

まずは、値段の設定をしなければなりません。こうしたプレミア・グッズの場合、本当に欲しくて買う人間もなかにはいますが、たいていは転売野郎——要するに安く買い叩いて、高く売り飛ばし、その差額で儲ける連中——が、けっこういたりします。そのため、値段は、相場よりはそれなりに低めに設定します。

といっても、あくまでも高価なプレミア品ですので、あまり安すぎても相手に足元を見られるのがオチです。高からず、安からず、がいいのです。

転売目的で買う連中を射程に入れて、僕は五万円という値段をつけました。普通のサラリーマンが支払える限界が五万円くらいだろうし、十万~二十万円という相場を考えれば、やはりこの金額が妥当なのです。原価が四千円でしたので、それでも一個につき一万六千円ほどの利益があがる計算になります。

“一つ五万円で買いませんか?”

値段設定が済めば、次は、宣伝用の告知の文面を考えなくてはいけません。あまり露骨な文面や、さも業者が絡んでいるような胡散臭い文章は避けねばいけません。あくまでも、マニア然とした、何気ない文章がベストなのです。

「『○○○○』(雑誌名)でプレミア価格二十

万と書かれていたはずの『★★★★★』の湯飲みですが、いくつか手に入ったので、一つ五万円くらいで買いませんか？　家賃払えなくて……サクラ萌えなんですけど」

結局、僕はこんなふうな文面を考えました。

文章中に「はずの」を入れたのは、断定を避けるためです。こうしておけば、後からクレームがついたとしても、どうにでも弁解ができるのです。本物の写真を提示しているわけではありませんので、詐欺にはあたりません。警察につかまっても、「これがそうだと思ってました。僕の勘違いでした」で終わりです。いくらでもごまかしが利くのです。それに、提示したのは、定価ではなく、あくまでもプレミア価格ですから、そもそも値段なんてあってないようなものなのです。

検索エンジンの〝個人売買　掲示板　売ります〟という検索ワードで引っかかった掲示板やニュースグループのガレージセールなどに、前述の文章を、片っ端からアップし告知を行ないました。当然、その際に付記するこちらのメールアドレスは、転送アドレスを利用しました。それも、変に怪しまれない程度のマイナーな転送サービスがベストです。

もっとも、こうした宣伝告知は、一日だけ流してそれでおしまいです。何日にもわたって宣伝を続けると、ありがたみが薄れるからです。情報の信憑性と新鮮さ(レア感)を出すには、一回こっきりというのがいいのです。後にしっかりと効果を生むものです。

ちなみに、『インターネットじゃマ〜ル』だけは、プレミア・アイテムの売買禁止らしく、掲載を拒否されましたが、その他のところは何の問題なく告知は掲載されました。

二週間で二百万円！

一週間後、メールボックスを確認したところ、「詳細を教えてください」「ぜひ売ってください」などと書かれたメールがすでに五十通ほど届いていました。欲を出してはいけません。『★★★★』の湯飲み〃という告知で、わざわざメールをよこしてくる人たちですから、充分その価値を知っている人たちなのです。相手には充分、購入意欲があるのです。

その場で全員に、代金の振込先とこちらの携帯電話番号を書いたメールを送ってやりました。

ここで、もう少し様子を見ようなどと考えてはいけません。速攻で攻めるのが一番なのです。現に、それから一週間後、入金の確認のために銀行に行くと、この時点ですでに四十人の人間が入金を済ませていました。思ったとおりです。

僕はその場で全額を下ろし、二百万円もの現金を持って、銀行を後にしました。ここで味をしめて、商売を続けようなどと思ってはダメなのです。必ず、足がつくからです。あくまでも一回こっきりでやめるのがいいのです。

だからといって、痕跡を残さないためにその場で口座を解約しようなどと焦っても命取りになります。解約のときには、窓口に行って行員と接しなければならず、その際にいろいろと質問されるからです。おどおどして銀行側に不審に思われたら、元も子もありません。

そのままの状態で口座は放置しておくのがいちばんいいのです。通常、銀行に設置されているビデオの保存期間は一週間程度です。すでにマークされている口座であれば別ですが、まだ、この段階では商品を発送しておらず、相手に偽物であることがバレる心配はゼロです。

したがって、僕の口座が銀行側からなんらかのチェックを受けることはまず考えられません。ビデオに映った僕の姿は、一週間後には、自動的に消えてしまうのです。こうしておけば、まず、犯人の特定は不可能なのです。

もちろん、使用した口座も、インターネットで一万円ほどで売買されている架空名義口座でした。メールに書いた僕の住所もデタラメです。一方的に商品を送りつけるだけの話ですから、なんでもいいのです。相手を不審がらせないために、それらしい適当な住所を書き連ねただけのことです。

翌日、商品の一括発送をしてゲームオーバーです。商品をきちんと送ったので、これで詐欺にはなる心配はなくなりました。

預金通帳は万が一のことを考え、証拠隠滅のために処分しました。その後に口座に入金があったのかどうかなど、こちらは知ったことではありません。仮に入金があっても、すでに四十人の人間に商品の発送を済ませた後ですから、なんらかのクレームがついていることも考えられます。口座が押さえられる可能性もあるので、あくまでも「触らぬ神に祟りなし」を決め込んだのです。

とはいえ、この時点ですでに二百万円もの金が僕の懐に入ったわけです。原価を差し引いても百八十万円にもなります。わずか二週間でこの額ならまずまずの成果でしょう。

＊

かくして、儲けた金は、あぶくゼニとして、パソコンの周辺機器を買ったり、仲間と宴会などをして、一カ月ほどで使いきってしまいました。

写真と本文は一切関係ありません

余った品を、＊＊にあるプレミアショップ「＊＊＊＊」に持っていったら、「二万円」なら買い取ると言われました。偽物であることを、先方は気づかない様子でした。いや、本物がほとんどないんですから、比べようがないんです。わからなくて当然といえば当然の話だと思います。

まもなく、パソコン通信やインターネットで、「『★★★★』のプレミア湯飲み茶碗、六万円で売ります……」等の掲示が、何件か登場していたのには、我ながらビックリさせられました。

本物だろうと偽物だろうと、売り手がいて買い手がいて、それでしっかり売買が成立するのですから、それでもいいのかな、と妙に感心したものです。どうせ、無料配布用の安物なのだし、価値なんて本来はないに等しいんですから。

最後に——。僕の〝オリジナル湯飲み〟を買ってくれた皆さん、本当にありがとうっ！

元祖アイコラ販売……六カ月で粗利四百万円

アイドル・コラージュ創世記

「たぶん、僕らが元祖でしょう」
かつては、「有名芸能人㊙写真」として一枚一万円で地下販売されていたという
アイコラの、いまだ語られざる〝誕生秘話〟

塚原尚人（フリーライター）

「アイコラ」とは、アイドル・コラージュの略。つまり、アイドルの顔と、ヌードモデルの体などを合成したもののことだ。たとえば、どこかのエロ雑誌のグラビア・モデルの裸体に、中山美穂の顔を組み合わせたようなもの。昔からエロ本の片隅のコーナーで細々と取り上げられているアレである。これが広義の「アイコラ」だ。

が、今では、「アイコラ」というと、インターネット上などで流れている、コンピュータを使って作ったアイドルのコラージュ写真のことのみを指すようになった。最近では、「アナコラ」という言葉も生まれたが、これは(女子)アナウンサー・コラージュの略。言葉の用法としてはまったく同じだ。しかし、このアイコラのせいで、エロ本の片隅のコーナーで連綿と続いている、写真やグラビアを切り抜いたり貼りつけたりして作ったコラージュ写真は、すっかり時代遅れになってしまったのである。

それもそのはず、手作業による切り貼りなどの原始的なアイドル・コラージュと、「アイコラ」では、そのリアルさが月とスッポンほど違う。ごく普通のパソコンと画像処理ソフト(アドビ社のフォトショップなど)さえ揃えれば、あとは腕次第でプロ顔負けの合成写真を作ることが誰にでも可能だ。肌の色調から、光の当たり具合まで、考えられる限りの修整はすべてできるといってもいい。精巧なモンタージュ写真のようなものだ。

もっとも、そのリアルさゆえに、かつては問題にならなかった事態も起きている。アイドルの人権、著作権、あるいは、肖像権などを侵害していないか、というものだ。なにしろ、何も知らない人が見たら「本物」

だと間違えても無理はない代物なのだから無理もない。たとえば、少し前に、ダイアナ妃の事故直後の写真がインターネットで流れ、多くの人が本物だと信じたが（僕もそのひとり）、九七年十月十三日号の『アエラ』によると、写真はやはり合成によるものだったとか。これとて、そもそもの発想はアイコラのそれと同じだろう。

原始、アイコラは紙

アイドルや女優の淫らな姿を見たい――男なら誰でも抱くそんな欲望をリアルな「合成写真」として可能にしたのは、やはりパソコンのおかげである。数年前までのパソコンでは、画像を扱うには少々荷が重く、また、高性能な画像処理ソフトも高価なことこの上なかった。合成写真の技術は、とてもまだ普通の人の手に届くものではなかったのだ。

しかし、当たり前のことだが、画像処理ソフトは、もともとアイコラの制作を目的にして作られたものではない。誰かがパソコンと画像処理ソフトを使って、アイコラを作ろうと思わなければ、アイコラが誕生することはなかったといっていい。要するに、どこかに先駆者がいるのだ。

「たぶん、自分らがアイコラの元祖でしょう」

と話すのは、自他ともに認めるゲーム・マニアのM氏。長めの髪を後ろで縛った、まだ二十歳そこそこの今時の（という言い方も変だが）青年だ。

M氏がアイコラを作ったのは、今から二年半から三年前くらいのこと。まだインターネットが普及し始めたばかりの頃の話だ。

「冗談みたいな話だけど、きっかけは、高校を卒業して仲間と始めた葬式関係の仕事です。パソコンが使えたんで、知り合いが、葬式写真の合成をやってみないかとか言ってきた。故人の遺影に使う写真をパソコンを使って修整する仕事ですよ。表情はいいんだけど、服装が……なんて写真を、フォトショップとかのソフトで合成したり修正したり。葬儀屋からけっこうその手の仕事がまわってきたんです。で、たまたまアイドル・マニアの知り合いが、これでアイドルとかのコラージュ写真ができないかって言い出したのが、最初です。遺影の合成も、アイコラも手法は同じでしょ。面白がってやってみたら、これがけっこううまくいった」

遺影の修整・合成を仕事にしていたということは、M氏は合成写真のプロ。それなりの技術を持った人がパソコンを使ってアイドルのコラージュ写真を作れば、出来映えがどれほどのものになるのか、おおよそ想像がつく。

しかも、彼らが当時やっていたアイコラとは、現在インターネットで出回っているような画像データとしてのアイコラではなかった。葬儀写真の合成の仕事のために買ったカラープリンタなどの機材をフルに活用しての「写真」だったのである。A４判ほどの大きさだったというから、マニアでなくても、欲しがるほどの代物であったはずだ。

アイコラの元祖たることを宣伝するホームページはいくつかあるが、M氏の話では、アイコラの起源は、画像データではなく、紙にプリントアウトした「写真」だったということになる。

有名芸能人㊙ヌード売ります!

「で、まあ、モノは試しだと思って、ニフティとかの掲示板に告知を出したら、これが意外と反響があった。値段は、一枚につき一万円。このときは、出来合いのものを売ってたんだけど、一日五十件ぐらいの問い合わせがあった」

いかにリアルなアイコラといえども、所詮はコラージュ。切り貼りでやる昔ながらのアイドル・コラージュをデジタル化しただけのものだ。にもかかわらず、「アイコラ」となると値段がつく。反響の大きさは、たちまちそれが商売になるほどだったそうだ。一部のアイコラ・ホームページでは、「アイコラを売るのは邪道」と断言していたりするが、それなりに真っ当な感覚ではある。切り貼りのアイドル・コラージュを金で買う人などいるはずがないのだから。

「当時はまだ、アイコラっていう言葉もなかったからね。僕らは『合成』って呼んでました。だからニフティやインターネットの掲示板で告知するときも、アイコラなんて言葉はいっさい使わなかった。もっとも、そのときは『合成』だとも言わなかったけど。『有名芸能人の㊙ヌードあります』とかなんとかいい加減なキャッチコピーをつけて売ってましたから(笑)。まあ、今から思えば詐欺同然ですが……(笑)」

それでも、苦情はあまりこなかったという。

「合成写真じゃないか」という苦情もあるにはあったが、「本物だとは一言も言ってませんから」と言ってその場は逃げていたそうだ。

「もちろん、一度注文した後に、騙されたと思って二度と買わない人もいましたけど、合成だってわかっても、この世界、買う人はいるんですよ。リピーターも多かったですからね。多い月には、百万円近くは売れた。当時はまだ出始めでしたから、希少価値があったんですよ。気がつけば、葬儀屋の写真の仕事より、アイコラのほうが本業になっていたくらい。葬儀屋の写真の仕事は、人が死なないとダメですからね。死ぬ人の数より、アイコラ欲しがる人のほうがずっと多い(笑)」

需要の大きさに反し、アイコラの原価は紙代だけ。必要なものといえば、あとは手間と時間くらいのものだ。合成のための素材は、アイドル・マニアの知人やビニ本マニアから借りたり、あるいは市販のフォトCDなどを使っていたという。それらの資料は、全部合わせると、段ボールで十箱以上はあったそうだ。事務所に人が来るたびにそれらを隠していたというから、事務所がエロ関係の資料で埋め尽くされていたであろうことは想像に難くない。もはやエロ本を請け負っている編プロ状態である。

信用第一

アイコラの氾濫する今となっては、十五枚程度入ったフロッピーが一枚千円程度で買える。それに、インターネット上にアイコラ・ホームページが乱立し、タダでいくらでもアイコラを見られるようになってしまった(有料制や会員制のページもないわけではない)。が、当時は違う。

たぶん、あくまで紙にプリントアウトした「写真」として売っていたことが功を奏

したのだろう。画像データとしてアイコラが送られてきた場合、ズブの素人が、その画像をパソコンのディスプレイ上で見ることはなかなか難しい。素人のパソコンに対する知識のなさが、逆に、紙メディアである「写真」としてのアイコラ販売に役立ったというわけだ。

それに、M氏の作っていたアイコラは、画像データとして流通している現在のアイコラより、はるかに高解像度で作っていたという。インターネットなどで流通するアイコラの場合、ダウンロードにかかる時間の問題から、画像の解像度を落としてあることが多いという弱点があるのだ。実際、ニフティの掲示板で見かけてアイコラを買ったことがあるが、送られてきたバイナリーメールのサイズが異常に大きく、ダウンロードにメチャクチャ時間がかかった記憶がある。

「郵便で送るときも、ちゃんと封筒に段ボールを入れて、折れ曲がらないようにして送る。あくまで『写真』ですから。ちゃんと『横折り厳禁』ってスタンプを押したりしてね(笑)。料金は後で銀行振込してもらっ

ていた。これが、不思議と払わない人はほとんどいなかった。まあ、こっちは客の住所知ってるわけだから、催促すれば一発ですけどね。

　といっても、相手を信用させるために、わざと先に商品（アイコラ）を送ってましたけどね。信用第一ですから、こういう商売は（笑）」

　以前、僕がニフティの掲示板で見かけたアイコラを買ったときは、五十枚くらいで三千円くらいが相場だったはずだ。中身はといえば、あちこちのホームページなどで集めたと思われるものばかりの二次使用物ばかりで、ずいぶんガッカリした記憶がある。まあ、そんなもの買うほうが悪いというのが正論なのだろうが、巷に溢れる二流三流のインチキ業者には、M氏のような誠実な（?）アングラ業者をぜひとも見習ってほしいものである。

売れ線は内田有紀

　当初は、副業で始めたアイコラ販売も、最盛期には、前述したように月に百万円ほどの売り上げを生むまでになり、会社の運営資金の大半を賄うまでになったそうだ。

　それにしても、である。一枚一万円もする「写真」を、いったい誰が買っていたのだろうか？

「やっぱり中心は、アイドル・マニアですよ。アイドル系の同人誌に宣伝を何度か出したこともあったけど、邪道かなって思われるかとあまり期待してなかったら、それがそうでもなかった。欲しいっていう人が意外にいるんですよ、これが。そうだな、当時だと、持田真樹とか、内田有紀、葉月里緒菜とかが人気だったかな。あとは、井上晴美、ともさかりえ、とか。そうそう高橋由美子もかなりのウレ筋だった。でも、いちばん売れたのはやっぱり内田有紀。全部で五十点以上は売れたと思う。内田有紀のアイコラは、名作がたくさん出たからね」

　M氏の言うとおり、アイコラには、いわゆる「名作」と呼ばれるものがある。どこのページでも見ることができる、いわばアイコラの傑作だ。代表的なものは、工藤静香のフェラチオ・バージョンや西田ひかるのSM女王様。ちなみに、たまにインターネットで目にする井上晴美のおっぱい丸出しバージョンなども、M氏曰く、「ああ、あれは僕たちが、作ったやつですよ」ということになる。

「で、だんだん評判になってくると、こういうアイコラを作ってほしいって、自分から写真集とかを持ち込んでくるヤツがいてね。アイコラのオーダーメイドってやつですか（笑）。そういう場合は、一枚につき二万円とか三万円の特別料金を取ってた。この手の依頼は、オナニーシーンとかが多かったですね。あと、コスプレ。高橋由美子に春麗（チュンリー）の格好をさせたのを作ってくれとか、葉月里緒菜にSMっぽい格好をさせてくれとか、そういう注文が多かった。ビデオとかを持ち込んできて、それをキャプチャ（パソコンに取り込むこと）して作ってくれっていうマニアも何人かいた。こうなると、もう趣味の世界（笑）。アイドルの写真って、ポーズに一定のパターンがあるんですよ。あとは素材の組み合わせだけ。細かい修整はけっこう大変な作業だけど、こっちも商売だから。そこが腕の見せどころ（笑）」

　M氏によると、アイドル・マニアは、ハ

メ撮りなどのアイコラには興味を示さない傾向があるのだとか。ヌードすらも避ける子が大股開きでばっちりハメているようなものはほとんどない。持田真樹も同様。マニア受けするアイドルの場合は、過激なものが少ないのだが、それはもともとの需要がないからだろう。オタクの性だという気がしないでもないが、脱がないアイドルをテクノロジーの力で脱がしてしまうというアイコラの本質からして、アイコラを作ってくれといっているのに自分の欲望をセーブしていたりするのは奇妙な現象ではある。真性のアイコラ・オタクは、たぶん、意図せずして倫理的なのだ。

一方で、最近、顔射シーンなどのアイコラが多くなってきたのは、アイコラが一部のマニアだけのものではなくなり、雑誌などで取り上げられたりすることが増えてきたことからもわかるように、市民権(?)を得つつあることの証拠だろう。

実は、M氏のアイコラ・ビジネスが、短期間であれそこそこの収益を生んだのには、もう一つ理由があった。いわゆるDM効果である。

「知り合いに、裏ビデオのマニアがいて、そいつが裏ビデオの業者にもルートを持ってたので、裏ビデオ業者の顧客リストを貸してもらったわけ。これは、かなりの効果がありました。リストに書かれた、三百人裏ビデオ購入者全員にDMを発送しましたよ。キャッチコピーは、もちろん『有名芸能人の㊙ヌード売ります』(笑)。で、何人の人間から注文があったと思います? 百人ですよ。ニフティやインターネットの掲示板の反響も大きかったですけど、こっちはその比じゃない」

通常、DMのヒット率といえば、せいぜいが数%といったところだ。きちんとマーケティングをし、対象を絞ってもその程度の数だが、三百人にDMを送って、百人もの人から反応があったということは、これは驚異的なヒット率である。たぶん、裏ビデオの宅配チラシでも、ここまでの反響はないはずだ。しかも、リピーターも多かったというから、驚きである。

半年で四百万円

黄金時代を築いたアイコラだったが、当然のことながら転機は訪れる。

「他の人も作り始めちゃったからねえ。同時多発的に。インターネットで画像が流れちゃうと、もうダメですよ。商売になったのは、半年か一年くらい。あっという間でしたね。最後のほうは、自分らもフロッピーに画像詰めて売ったりしてましたけど。あ、ファミコンのカセットにして売ったこともありました。アイコラが見れるファミコンのカセットが六千円(笑)。パソコンがなくても見れるってことで作ってみたけど、さすがにこれはほとんど売れなかった。話のネタになっただけ(笑)」

アングラ的要素が強く、違法性の濃厚なアイコラのこと。アイコラのCD-ROMを売り、わいせつ図画販売の疑いで逮捕者が出たりしている現状から考えて、M氏の場合、アイコラに手を出した時期もちょうどよかったうえに、手を引く時期もちょうどよかったのかもしれない。

「罪の意識はあんまりなかった。それより、面白いっていう意識が先行してたから。エロ本とかエロビデオとかの素材をみんなでチェックするときに、チンチンおっ立てながら見てたりしたし。おっ、これは使えるぞ、とかって(笑)。

ただし、警察対策はちゃんと考えてましたよ。こっちも、半ば商売としてやっていた面もありますから。一時はそれで、メシを食っていたわけだし。具体的には、肝心な部分には黒塗りをして、おっぱいには星印をつけたりとか(笑)。これはまあ、本物らしく見せるために、わざとやってたっていうのもあるけど。わいせつ物頒布罪で捕まるなんて、マヌケなことはしたくなかったし。

これといったトラブルはなかったけど、何度か客からの脅しというのは、あったね。訴えるぞって。だけど、こっちはちゃんと画像は左右反転させてたし、ほくろをつけたりもしてましたからね。宣伝のときも、名前もちゃんと伏せ字にしたりして。中山○穂とかね。知り合いの弁護士に聞いたら、それで肖像権とかの問題はたぶん大丈夫だろうってことだった」

実際、アイドルの事務所などから抗議がきたこともなかったという。それでも、

「モザイクとか局部の修整を外してくれっていう客には、ちゃんとはずしたものを送ったりしてた。こっちも客の住所知ってるから、まあ、大丈夫だろうと。それで追加料金も取らなかったんだから、我ながら良心的な業者ですよ(笑)。でも、あっという間に商売にならなくなっちゃいましたからねえ。インターネットで千葉麗子とかのアイコラが出回り始めたときが分岐点だったかな。あと、週刊誌が取り上げ始めたら、急にダメになっちゃいました。だから、ボロ儲けをしたってほどでもないんですよ。何よりも、アイコラって、手間かかりますから。日給に換算すると、せいぜい一万円、二万円ってとこでしょ。大したことないじゃない(笑)。アイコラ収入の総額ですか？　それでも、六カ月で四百万円以上は儲けたと思います」

アイコラ戦線異状なし

こうしてM氏はアイコラから手を引いたわけだが、周知のごとく、アイコラは現在もなくなってはいない。それどころか、隆盛を極める一方だ。M氏曰く、「今、アイコラを作っている人は、間違いなく趣味でやってる人でしょう。好きでやってる人。出来不出来も激しくなってきたみたいだから、意外と普通の人も手を出してるかもしれないけど」。名作の作り手にはなんと女性すらもいるという話だ。一体全体、何を考えて女性がアイコラを作っていることやら。見たことはないが、SMAPのアイコラでも作っているのだろうか？　まあ、そのうち、〝やおい〟アイコラなんてのも出てきそうではある。

が、アイコラの本質が、切り貼りでやっていた昔ながらのアイドル・コラージュと変わりがないことは最初に書いたとおり。それをデジタル化しただけで、値段がつき、一般の人までもがそれに群がる。たしかに、リアルではあるのだろうが、やっぱり本質

M氏らの創作によるアイコラ作品

は切り貼りのアイドル・コラージュと同じだ。なんだか変な話ではある。が、世に言う「バーチャル・リアリティ」なんて、所詮はこんなものだろう。

その意味で、「アイコラ」は今も昔も変わっちゃいない。変わったのは方法だけだ。少し考えてみればすぐにわかるだろう。エロ本などの資料の山に埋もれ、ディスプレイの前でアイドルとヌードモデルの画像を合成し、セコセコと細かい修整を加えている姿のもの悲しさと、切り貼りでセコセコとアイドル・コラージュを作っている姿の情けなさと、いったいどこがどう違うというのか？ そのもの悲しさと馬鹿馬鹿しさ、情けなさは、アングラメディアとしてのアイコラが健康的である証拠なのだ。

リアルで、それゆえにもの悲しいアイコラ革命は、虚々実々のデジタル・ネットワークを舞台に今日も続く。

アイコラ戦線異状なし、である。

放送禁止番組ビデオ売買……売値一本三千五百円

『ウルトラセブン』幻の十二話、売ります

なにがしかの理由により
二度と放送されないテレビ番組のダビング・テープが
マニアの間で高値で売買されているという。その元締め業者を追う!

―関東菜英利作(フリーライター)

一九八九年八月。世の中を驚愕させた連続幼女誘拐殺人事件の犯人が逮捕された。日本の事件史に残ることとなったこの猟奇事件は、その手口とともに宮崎勤という二十八歳の孤独な青年の姿が、また世間を驚かせたものだった。彼の部屋に踏み入った捜査担当者が見たものは、なんと五千本を超えるビデオテープと一万冊にも迫ろうかという雑誌の類。多くのマスコミはこういった生態を好奇の対象とし、ビデオコレクションの内容や私信等、次々に彼の私生活を伝えるものを暴露していった。

そんな宮崎が興味の対象としていたもののなかに、普通の人にはまったく価値がわからないが、ある一部の人たちだけが鋭く反応したアイテムがあったのはご存じだろうか。

それは〝ウルトラセブン十二話〟というファンの間でのみ知られた幻の作品だった。宮崎はコレクションの充実のため、他のビデオコレクターと手紙のやりとりをし、そのなかでこの作品について触れていたのだ。

「正直な話、宮崎事件の頃には、すでにマニアの間では完結していたんですよ。誰もが持っているような状況だった。それがいきなりマスコミの話題になったもので、仲間内では自慢半分で『宮崎も甘いよな』なんて言い合っていたもんです」

語るのは、特撮ものに詳しい某ライター。

「今から考えれば、ちょうどこの頃がマーケット形成の頃でした。だけど当時でも、すでに興味は他の作品に移っていましたね」

現在、一部のマニアたちの間では、この〝ウルトラセブン十二話〟をきっかけに形成されたビデオ・ダビング・マーケットが存在しているという。そのマーケットに流れるものはいろいろな理由から再放送、再上映が不可能となってしまったテレビ作品や映画などだ。マニア向けの雑誌の情報欄などで知り合った彼らは、時には自慢の作品のダビングの交換、時には数千円の値段をつけて、コピーテープの売買を行なっているという。

それでは、かつては宮崎も参加していたというこの蜃気楼のようなマーケットについて、レポートしていこう。

幻の『ウルトラセブン』第十二話

宮崎が手紙でふれ、マニアの敏感な反応を呼び起こした〝ウルトラセブン十二話〟とは、いったい何なのか、まずその紹介から始める必要がある。

これは作品内容が社会問題となり制作の円谷プロによって門外不出となってしまった特撮テレビ映画『ウルトラセブン』の第十二話のことである。「遊星より愛をこめ

て」というサブタイトルで放映されたこの作品は、ウルトラ警備隊が宇宙で実験したスペリウム爆弾の放射能を受け、ケロイド状の姿になったスペル星人とヒーロー、セブンが戦うというもの。六七年の初回放送時はまったく問題にはならなかったのだが、七〇年になって雑誌『小学二年生』と『怪獣ウルトラ図鑑』という単行本で紹介され、一気に社会問題となってしまったのだ。もともとは中学二年の女の子が、雑誌でスペル星人の設定に気づき、原爆被害者団体の委員をしている父に訴えたところからスタートしたという。すかさず「被爆者を怪獣になぞるとはなにごとか」という抗議が版元に届き、この動きを察した円谷プロが、オクラ入りを決定、以後〝ウルトラセブン十二話〟は、存在しなかったものとなってしまう。

　さて、こうして幻の作品となった〝ウルトラセブン十二話〟だが、長らくは忘れられた作品のままだった。ところがAV機器が充実、一般家庭にも行き渡る八〇年代中頃になって一部で熱い注目を浴びるようになる。ウルトラシリーズを子どもの頃の現体験として持った世代が成人し、重要なカルチャーとしてシリーズ自体の人気が再浮上。映画館での上映、あるいはシリーズのビデオ化、レーザーディスク化が続いて再び作品に出会えるようになっても、十二話だけは欠けていたからだ。特撮マニアのミニコミではどこで入手したのか、脚本が掲載されたり、作品監督の実相寺昭雄氏にインタビューしたり、神話が次第に形成されていく。

「そんな頃でした。ある日、突然、十二話のビデオテープが出回り始めたんです。出所は円谷プロの社員。会社に黙って持ち出したというのがもっぱらの噂です。最初は仲間内で無償でダビングが重ねられていった感じでした。しかしそれがどんどん広がるにつれ、良質なマニア同士のアイテムでは済まなくなってきてしまう。当然、商売にする奴も現われ、コミケなどで一本三千円ほどで、ダビングしたのを売る奴も現われるようになってきた」（前出・ライター氏）

　また商売にあざといマニア向けのレンタルビデオ屋に置かれたこ

特撮ファンのための専門誌『宇宙船』（朝日ソノラマ）

ともあった。筆者も、かつて渋谷のスペイン坂にあった某ビデオ屋、棚の片隅に〝ウルトラセブン十二話〟と手書きのラベルの貼られたビデオがひっそりと置かれていたのを記憶している。

おそらく宮崎もこうした流通のなかでダビングテープを入手していたようだ。

放送禁止番組リスト

こうしてマニアの輪が広がると、当然〝ウルトラセブン十二話〟だけでは物足りなくなってくる。

「それならば『ウルトラセブン』以外にも同じような境遇の作品があってもおかしくはないはずだ。いったいどんな作品がどんな理由でオクラ入りになっているのか、誰ともなくマニアの間での作品の掘り起こしが始まったんです」(前出・ライター氏)

最初はマニア同士の純粋な欲求からスタートしたというこうした掘り起こしだが、それが少しずつ輪が広がるにつれ「放送禁止」や「オクラ入り」という理由だけで、興味をそそるものになっていくのは致し方ないことだろう。禁じられたものに惹かれるのは、マニアならずとも人間なら、誰でも持っている習性の一つである。おそらくこれを読んでいるあなたも、もしそんなものがあるなら、ぜひ見てみたいと思い始めたのではないだろうか。

それではこうした状況の中で浮上し、マニアの間でも熱心に取引されている過去の「放送禁止」作品を紹介しておこう。

まず簡単にカテゴライズするなら、「放送禁止」作品には主に三種類ある。

第一は、〝ウルトラセブン十二話〟のように放送当時は問題なくても、世論の変化により、作品の内容、あるいは題材が差別表現として引っかかってしまったものである。

◎「怪奇大作戦・二十四話」

『ウルトラセブン』に続く円谷プロ制作の特撮テレビ映画。「狂気人間」というサブタイトルの二十四話は、電波によって脳波を狂わす犯罪者を、主人公である科学犯罪捜査組織SRIの面々が追うというもの。脳波がおかしくなった被害者が日本刀を振り回し殺人を重ねる。またSRIの捜査官も脳波が狂わされ、笑いながらピストル片手に殺人者に向かっていく。

テレビ再放送は何度かされ、全話収録の完全版レーザーディスク発売の際にも収録されたが、その後、発売元に抗議があり回収。再発売されたレーザーディスクには収録されなかった。ちなみに三千枚出たという全話収録レーザーディスクはマニアの間で高値で取引されている。

◎「ノストラダムスの大予言」

五島勉氏のベストセラーを映画化したものである。丹波哲郎主演。

近未来に奇形人間が多数出現するという設定とその映像が引っかかったようだ。一度、テレビで問題のシーンをカットして放映された。以後、国内ではいっさい日の目を見なくなってしまったが、なぜかアメリカではこの作品のレーザーディスクが発売されており、そのコピーテープが市場に流れている。

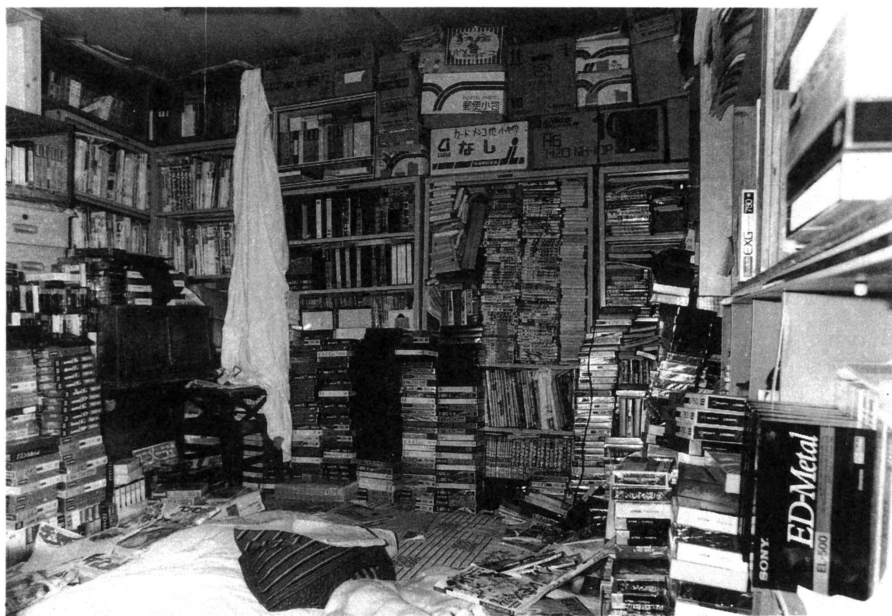
◎「海のトリトン」

手塚治虫原作のアニメーション。最終回に戦場を訪れた主人公トリトンが「まるで屠殺場のようだ」とつぶやくシーンがあり、一、二度の再放送のみでビデオ化はされていない。現在、市場に出ているのは、八〇年代、アクシデントのように地方局で放送されたものをマニアが録画したもの。

◎「どろろ」

手塚治虫原作の怪奇時代劇アニメ。妖怪によって出産前に身体の四十八カ所を奪われた身体障害の少年が主人公。一度全話収録のビデオが発売されたが、すぐに一部団体からクレームがついて回収。マーケットにはこのビデオのコピーが流れている。しかし現在、レーザーディスクの発売予定がある。手塚作品のなかでも評価が高く、なんとか無事世に出てほしいものだ。

◎「アパッチ野球軍」

貧乏な田舎の町の少年少女が野

逮捕当時、話題になった宮崎勤被告の部屋

球チームを結成するというストーリーのアニメ。彼らの貧乏ぶりを蔑む金持ちたちの「部落、サル以下だ」という台詞、またストーリー設定自体が問題視され、放送禁止。これも八〇年代、地方局で何度か放送されたことがあり、その録画が市場に出回っている。

◎「太陽にほえろ・二十話」

懐かしき石原裕次郎ら刑事たちに追われる犯人がテンカン持ちという設定。七曲署の刑事のなかでは「あいつはテンカン野郎だ」と、病気で苦しむ人間を蔑む発言があり、数度の再放送が行なわれた後、プロデューサー自ら封印。

◎「大都会・戦いの日々」

これも石原プロモーションの作品。「協力者」というサブタイトルの作品では被爆者のヤクザが犯人役。しかも番組後半、サングラスを外すと右目が潰れているという。これも数度の再放送後、オクラ入りしている。

この他『座頭市』をはじめ時代劇ものでは、差別表現として問題化される作品が少なくないが、「時代劇はあまりにありすぎて、逆にマニアの琴線には触れないようです」と、前出・ライター氏。

二番目のカテゴリーは、主演女優になんらかのスキャンダラス性があるものだ。それぞれの理由は簡単。

◎「禁じられたマリコ」

自殺したアイドル岡田有希子主演のテレビドラマである。この作品は放映が終了してから彼女の自殺が起きたため、その後一度も再放送されないままだ。

◎「まいどおさわがせします」

あけすけの性表現で話題になったテレビドラマ。第一話でデビュー間もない中山美穂と木村一八のベッドシーンがある。この作品の後、中山美穂は大ブレイク。一度も再放送がなく、ビデオ化すらされないのは事務所と本人の強い意向によるらしい。

◎「悪魔のKISS」

常盤貴子主演のテレビドラマ。これも常盤のヌードシーンがあり、再放送もビデオ化もなし。

第三は、突発的な事件を収録してしまったもの。生放送で多いが、生でなくても放送後に問題が顕在化してしまったものもある。

◎「ドッキリカメラ」

第三次世界大戦勃発という設定の騙しの手口があり「あまりにもショッキング」だというテレビ局内部の判断で再放送はなし。

◎「オールナイトフジ」

バラエティ番組で人気の松本明子が「オマンコ」と発言したもの。

◎「夜のヒットスタジオ」

元RCサクセションの忌野清志郎の率いる変名バンド、タイマーズが出演。演奏中に「オマンコ野郎、FM東京」と、罵倒。

マニアによって、興味を示すカテゴリーは人それぞれ。ここに挙げたもの以外でも、プロレスマニアの間だけだが、現リングスの前田日明が新日本プロレス時代にアンドレ・ザ・ジャイアントとの試合の最中、プロレスの約束事を破ったセメントマッチなども流通している。

宮崎事件以降、脚光が当たり、少数のコアなマニアから、面白半分で流れ込んできた人々も加わり、口コミからスタートしたマーケットは、一時かなり巨大なものにまで膨らんだようだ。

闇の業者からの手紙

もちろん、自分が楽しむだけのマニアから、金儲けを最大の目的とするものも現われた。彼らの商売をやりやすくしたのは『Quant』や『じゃマ～ル』といった個人情報誌の創刊である。創刊直後の個人情報誌のページをめくると、こうしたダビング・マーケットの個人広告が三～五ページにわたって掲載されている。しかも堂々と作品名を挙げ、ダビング代も五千円を超える金額を要求するものすら現われる始末。しかし二年ほど前から個人情報誌でも、著作権に触れる取引の掲載が厳しくなり、マーケットは新規の人脈参加もないまま、古いルートで知り合ったもの同士で取引されるようになっている。

実は今回、取材のためこのマーケットに接近をはかってみた。しかし古い個人情報誌やあちこちのマニア雑誌を引っ繰り返して見てみたが、なかなか現在でも生きている接触ルートが見つからない。ようやく先のライター氏から『宇宙船』という雑誌の読者欄に掲載された人間の住所を得ることができた。東北地方に住むその相手の名前は、その地方にある某半島と同じ。明らかに偽名である。また住所のみで、電話番号も掲載はされておらず、警戒の色がありありとうかがえる。ダメでもともとと思い、返信用の切手を貼った封筒を用意し「〝ウルトラセブン十二話〟が欲しいのですが」と、封書を送ってみた。

そして二カ月以上待たされた後にようやく返信がきた。こちらは取材とは名乗っていないのだから少々卑怯かもしれないが、以下に要約してその内容を紹介してみよう。

返ってきた手紙は、ワープロ打ちによる六ページ。彼の『宇宙船』誌に掲載した広告になんと百十九通の反応があったという。その手紙のうち、一ページ半が返信が遅れた個人的な理由（海外旅行など）と、ことばは丁寧だが、高飛車な断定調で、彼によるダビングの際の取引上の取り決めが書かれている（向こうから連絡されたら生テープを送る、ダビング代金は作品、時間にかかわらずテープ一本につき三千五百円、支払いは現金書留のみ、ダビング終了後は着払いでテープを送ってくる等……）。

面白いのは次の一文。

「電話でのお問い合わせは一切受けません。（略）どこで電話番号を知ったのか、私の家に突然電話をかけてきて、（略）いかにもオタクっぽい人が、どもりながら勝手に一方的に話し掛けてきて、話が終わると又、一方的に電話を切ってしまいとても困ってしまいました」。

類は類を呼ぶということに、彼は気づいていないようである。

残りの四ページ半が彼の持つ作品リスト。ほとんどがレーザーディスクによるダビング・サービスである。作品は『マグマ大使』や『快獣ブースカ』といったわりと通に受けそうな特撮モノが約六十本、『キューティー・ハニー』や『ミンキーモモ』から『サイボーグ009』や『マジンガーZ』などのアニメが約七十本、さらに『死霊のしたたり』や「クレージーキャッツ」等の映画のディレクターズ・カット版が約七十本。ご丁寧なことに、人気の高い作品の順位をランク付けまで行ない発表している(ちなみに『アイアンキング』『シルバー仮面』『怪奇大作戦』『レッドバロン』『流星人間ゾーン』がベスト5)。

また彼はダビング終了後は、これらの作品を競売にかけるという。彼はこの取引でいったいいくらくらい儲けるのだろうか。百十九の返信から一人一本ずつのダビングを行なったとしても四十万円近くになる。さらに競売ではすでに十万円クラスの値段が付いている作品も少なからずある。少なく見積もっても百万円は軽く超える商売であることは間違いあるまい。

宮崎勤の公開された手紙では、「〃ウルトラセブン12話〃は、あなただけのものとして見てください。決して他人には見せたりしないように」と、ビデオの交換相手に対し、くどいくらい念を押した部分がある。作品を愛するマニアとして、心底そう思っていたのだろう。

もし、今、彼がこうして変質してしまったマーケットを知ったら、いったいどう思うのだろうか。宮崎勤と同じ、愚直な初期オタクのひとりである筆者としては、なんとなく、嘆き悲しむような気がしてならないのだが……。

お手紙どうもありがとうございます。
当方，長期海外旅行に行っていたので帰国した後もバタバタしており，返事が遅くなってしまいどうもすみません。
帰ってきてみると手紙の山で整理するのに本当に大変でした。
（宇宙船に葉書を出したのは9月だったのでこの事は忘れておりました。）
さて，本題ですが希望者多数のため，（12月11日まで119通の手紙）公平な方法として，競売とさせていただきます。
これにより一番値段を高くつけた人にさしあげたいと思います。
又，競売，ダビングの締切りの期日は来年の2月前後までとしておきます。
数人の方が速達で手紙が届きましたが，次回からはその必要はないと思います。
したがって，お手元に商品が届くのは少し遅くなると思っていてください。
現金のお支払いは，現金書留だけとさせていただきます。
今度からは，貴方の希望の商品名と80円切手と一緒に封筒を同封しておいてください。又，今度は貴方の住所を封筒にあらかじめ記入しておいてください。
（あまりにも手紙の数が多いため，時間のムダを省くためです。ご協力してください。）これらに競売の結果やダビングの事などを書いて郵送します。競売に落ちた人で，その作品をダビングしたい人は，その事を記入しておいてください。
競売でLDをせり落とした人は，他の人の迷惑になりますので絶対に途中でキャンセルしないでください。それとLDをせり落とした人の名前と住所を教えてほしいというのも止めてください。
ただ，あまりにもLDの数が多いので，幾つかの作品には映像の中にノイズが入っているLDがあると思いますが，どこにノイズがあるか全て把握してないのでもし入っていたら残念ですが，我慢してください。
又ダビンを希望する人は，以下の文をよく読んでおいてください。
・私の持っているVTRの機種は，今は古いVHSデッキだけです。テープの速さは標準しか使えません。
・ダビング代は，テープの時間に関係なく1本につき¥3500とさせていただきます。
・希望者多数のため，ダビングを効
ディングの歌や予告編などをカット！
す。
・もし，テープに私のミスで貴方が
がだぶって，2回入っていたりなど
やかに，ダビングをやり直します。
・1度に多くの人が，テープを送
テープ及び現金書留を私の自宅に

・地球防衛軍
・海底軍艦
・美女と液体人間
・マタンゴ
・ガス人間第1号
・ゴジラ対ヘドラ
・メカゴジラの逆襲
・地球最大の決戦
・ゴジラ対モスラ（旧作，海外版含む）
・フランケンシュタイン対バラゴン
・ゴジラVSビオランテ
・怪獣グラフティ1&2
・ゴジラVSキングギドラ（BOX）
・ゴジラVSメカゴジラ（BOX）
・ゴジラVSデストロイア（BOX）
・ザ．タイガース／世界はボクらを待っている
・クレージーだよ奇想天外
・クレイジー黄金作戦
・クレイジーキャッツDELUXE
・歌う若大将
・レッツゴー若大将
・禁断の惑星
・放射能X
・死霊のしたたり
・デモンズ
・チャド
・バタリアン
・ドラゴンスレイヤー
・SF／ボディスナッチャー
・デッドタンムストリー
・レイ．ハリーハウゼン（伝
・ホラ．ホラ．キングショー
・原子人間
・ラドン
・世界大戦争
・妖星ゴラス
・宇宙大戦争
・ゴジラの逆襲
・ゴジラ対メガロ
・ゴジラ対ガイガン
・オール怪獣大進撃
・キングコング対ゴジラ
・決戦！南海の大怪獣
・ゴジラファンタジー
・怪獣総進撃
・ゴジラVSモスラ（BOX）
・ゴジラVSスペースゴジラ（BOX）
・君も出世ができる
・クレージー大作戦
・クレイジーメキシコ大作戦
・クレイジー大冒険
・クレイジーキャッツメモリアルBOX
・ニュージーランドの若大将
・ゴーゴー若大将
・宇宙水爆戦
・キングコングの復讐
・死霊のはらわた
・ダークスター
・クリープショウ1
・ブロブ
・SF巨大生物の島
・原始怪獣現わる
・縮みゆく人間
・スペースインベーダー
・エクストロ
・ガバリン
・SFレーザーブラスト
・サイレントランニング
・トワイライトゾーン（映画版）
・リトルショップオブホラーズ
・モスラ
・大怪獣バラン
・キングコングの逆襲
・宇宙大怪獣ドゴラ
・ゴジラの息子
・ゴジラ対メカゴジラ
・南海の大決闘
・怪獣大戦争

様

拝啓
様。お返事大変遅れてしまい，どうもすみませんでした。
こちらは，しばらく家を留守にしていた為，ご迷惑をかけてしまいました。
さて，お手紙の内容ですがウルトラセブンの12話ですが，今私の手元にはありません。
又リストを一緒に贈らせていただきますが，中には今はもう私の手元にない商品もありますので注意してください。
今度，にいらっしゃるそうですが今となっては遅いかもしれません。
私も平日は仕事で帰りが遅くてとても会えそうにありません。
追伸　どろろと怪獣王子と魔人ハンターミツルギのLD－BOXを予約&購入しました。
まだリストの他に新しく買った沢山のLDがあるのですが，仕事が忙しいので見る時間が無く，年末年始の休みまで見れそうもありません。
〒

ダビング業者から届いたビデオ・リスト

有名アイドル・偽〃直筆サイン〃販売……一カ月で粗利五十万円

偽サインを売っているのは、誰だ！

内田有紀、高橋由美子……ｅｔｃ。自分で書いた人気アイドルの偽〃直筆サイン〃をプレミア価格で販売する、あきれた連中がいるという――アイドル・サインをめぐる「噂の真相」を徹底追跡！

吉田悟（フリーライター）

昨今のアイドルお宝発掘ブームの陰の立役者が、東京の神田神保町であることは意外と知られてない。古本屋街として有名なこのエリアには、有名タレントの過去の写真集や、デビュー当時の水着写真を掲載した雑誌のバックナンバーを扱う古書店が点在している。

店内には、包装用のビニールに黒いマジックで、

〃相原勇写真集、ヌード　¥３５００〃

〃スコラ創刊号　岡江久美子セミヌード
古手川裕子（下着）　¥２８００〃

などと書き殴られた、往年のビニ本を彷彿させる「お宝」たちが、ところ狭しと並ぶ。

素人衆には敷居が高いが、店によっては、レアなアイドル書籍が、かなりの安値で売られていることもあるという。雑誌の編集者とおぼしき人間から、見るからに筋金入りのアイドル・マニアといった風情の若い男たちが、山積みになった（本当に山のように積んである）雑誌をほじくり返しているさまは、端から見ていると、どこか異様だ。

書籍や雑誌のほかにも、店内には、森高千里の等身大ＰＯＰや、広末涼子がスイカを頭に乗せたのぼりなども置かれているが、当然これらも売り物だ。ここに来れば、企業の販促グッズやコンサートパンフ、非売品ポスター、テレホンカード、電車の中吊り広告、廃盤レコード……アイドル関連のグッズなら、たいがいのものは揃うのだ。

もちろん、原宿にあるアイドル専門グッズ店で扱っているような正規品ばかりではない。なかには入手経路の怪しそうなグッズも並べられている。

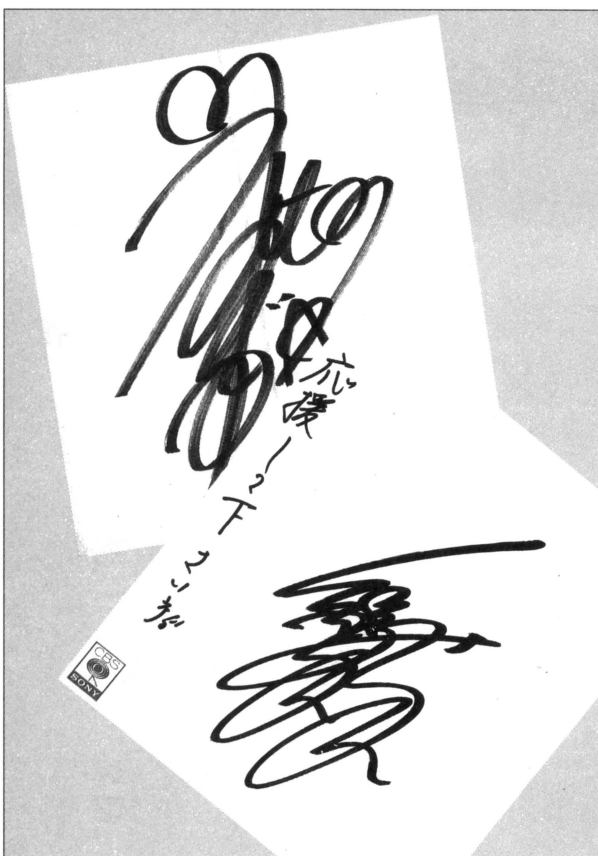
ところがである。この手の店を何軒かま

わってみてわかったのだが、レアなアイドル・グッズの宝庫ともいえるこの界隈の店で、アイドル・グッズの定番でありながら、一つだけ見つからないものがあったのだ。直筆サインである。

不思議なことに、アイドル・グッズのなかでも王道中の王道のはずの直筆サインだけは、どの店にも置いてないのだ。

直筆サイン。500〜4000円で売られている。

直筆サインを巡る噂

実は、何週間か前に、たまたま知り合いの編集者から、アイドル・サイン売買に関するある噂を聞かされていた。話の中身は後述するが、興味を持った僕は、とりあえず巷で取引されているアイドル・サインの相場だけでも調査しておこうと、都内にあるアイドル関連の店をまわってみたのだ。

「アイドルのサインは扱わないんですか?」

足繁く通った末、馴染みになった古本屋の初老のおやじに何気なく質問してみると、

「馬鹿者がぁ」とでも言いたげな顔で、吐き捨てるように、こういう言葉が返ってきた。

「偽モノが多いんだよ、偽モノが……。色紙にマジックで書き殴ったもんが本物かどうかなんてわかりゃあしないじゃねぇか」

やっぱりそうだったのである。そりゃそうだろう。人気マンガ家の原画じゃあるまいし、無数にばら撒かれるアイドルのサインをいちいち鑑定していたらきりがない。しかも、そんなもんが何の保証もなく売り買いされた日にゃあ、必ず偽サインを持ち込んで小金を稼ぐ輩が出てくるのは目に見えている。

写真集などで、直筆サインが入ってるもののほうが安く売られていたりすることがあるのも、こういった理由による。「直筆サイン」といったところで、古本屋では、シ

ミとか汚れと同程度にしか扱われないのだ。そんなふうにバッタ臭いサインを扱うところが出てこないのは、当然といえば当然の話かもしれない。
もちろん、神保町の古本屋のなかに〝直筆サイン〟を取り扱うところがあることはある。だがその多くが、二束三文の品だ。無名タレントが営業の一環で残していったようなものだ。
だが一方で、古本屋のおやじは、最後に僕にこうも付け加えたのだ。
「絶対本物っていう確証があるなら、買うけどねぇ……。本物だったら、いい値段で売れるよ」
つまり、サインそのものに決して価値がないわけじゃないということだ。ならば、たとえ、店では扱っていなくても、それを地下で売る連中が、必ずどこかにいるはずである。偽モノだろうが本物だろうが、である。
僕が前述の編集者から聞いた噂というのも、本物かどうかの区別がつかないことをいいことに、偽のアイドル・サインを売って儲けている連中がいる、という話だった。

こうして、偽サイン売買をめぐる「噂の真相」を確かめるための、僕の本格的な取材活動が始まったのだった。

アイドル本人は書かない!?

偽モノが出るからには、本物がなくてはならない。まず、確かめなきゃいけないのは、直筆サインなんてものが、そもそも正規のルートでどの程度取引されているのかということだ。
手始めに、某タレント事務所に電話で問い合わせてみる。
——サインって売ってもらえるもんなんですか？
「基本的には、そういったものの販売はしておりません。お会いする機会があれば、タレント自らがサインを書くと思いますし、サイン会などでも入手できるはずです」
——じゃあ、お金を出してサインを買うってことはできないんですか？
「一部のタレントのサインは、コンサート会場の中で売ってる場合があります。それは、当然本人が書いたものですので、会場の外で売ってるような怪しいものとは違います」
——売ってるんですね。会場の中で売ってるのが本物で、外で売ってるのが偽モノということですか。見分け方のようなものがあるんですか？
「事務所を通して外に出るサインには、事務所のロゴマークの入ったシールを貼ってありますので、それで本物かを見分けます」
事務所側の答えは、最初は「サインは売らない」というものだったのだが、質問を続けているうちに、「たまには売る」という口ぶりに変わっていった。表立って「サイン売ります」の看板は出してはないが、要するにサインは売ってくれるのである。正確に言えば、一部の人間には売ることがある、ということだ。
もっとも、事務所のロゴやシールの貼ってある「本物」のサインだって、本当にそのアイドル自身が書いたものかどうかには、何の保障もない。
タレント事務所に勤めるK氏の話では、
「事務所が出すサインなんて、ほとんど本人が書いてるものなんてないよ。プレゼン

ト用のポスターだとか、ファンクラブ用のサインだとかは、量が多すぎるから、とてもタレントひとりでは、書ききれない。だから事務所の人間総出で、サイン書きすることだってあるからね」
　と、いうことらしい。事務所のスタッフが書いた「本物」のサインを、ファンクラブなどに流すこともたまにあるという。
　事務所経由で入手した正規のサインですら、本人が本当に書いたのかどうかの信憑性は低いのだから、これはもう、何をかいわんやの世界だろう。
　ふと、先の古本屋のおやじの言葉が、頭をかすめた。
「偽モノがねぇ……」

謎のサイン売り

　一時の勢いは衰えたような気はするが、個人情報誌にはいまだ魑魅魍魎が蠢いている。そのなかに直筆サインを売っている人間がいるという情報を得、数週間乱読した結果、やっとそれらしき人物を見つけることができた。

東京・神保町にあるアイドル・グッズ・ショップ

「芸能人のサインをあげます・売ります」という告知は、この手の情報誌には、たまに載っていたりするらしい。一枚や二枚なら、本人がサイン会などで直接書いてもらった本物であるということも考えられるが、僕が見つけた告知は、こうだった。
「引退したXJAPAN3万、安室、MAX、反町1・5万、ルナシー2万、ザード3万、さだまさし1万、矢沢永吉3万、尾崎豊5万。その他有名人のサイン色紙売ります。色紙の他にもCDにサイン、LDにサイン、サイングッズいろいろあります。その他サッカー界のスター、カズのサインもあります」
　記載されていた彼の住所は、伊勢湾に臨む三重県の小さな町だった。
　なんだか怪しい告知である。有名人なら、誰のサインでも持ってますとでも言いたそうなのである。おい、おい、それはあんまりだろとツッコミを通り越して、なだめ諭したくなるくらいに有名人の名が並んでいたのだ。
　だいたい、そんな闇雲に有名人のサインがいくつも手に入るのか？　三重県を馬鹿

にするわけじゃないが、芸能人がうじゃうじゃいる東京ならいざ知らず、名もない田舎町に住んでる一般人が、なぜそんなにたくさんのサイン・グッズを持ってるんだよ、と考えるほうがまともだ。

いや、もしかしたら、彼の所持しているサイン色紙は本物かもしれない。実家が地元でも有名なラーメン屋さんで、有名人が来れば必ずサインをもらっているというところかもしれないじゃないか。それとも、クジ運がやたらめったら強くて、雑誌のプレゼントコーナーで収集したものかもしれない……。

さっそく、「★★のサインが欲しいんですが」と書いた手紙を、彼の住所へ送りつけたのは言うまでもない。実際に送られたサインをタレント事務所に持っていき、本物かどうかの鑑定を、まずはしてみようと思ったのだ。

後日、その偽サイン売りとおぼしき人物の話を古本屋のおやじにしてみると、驚きもせずに、こう言うのだ。

「そんなのは、アイドル御三家の頃からあるぞ。『平凡』とか『明星』なんて雑誌に載ってるサインを真似て売ってる奴は昔からいたんだよ。文通欄なんかで、ファンを見つけては売ってたりしたんだよ。まぁ田舎に住んでる中高生相手の商売だから、まずバレることはなかったんだろうけどな……」

実際、過去の新聞を調べてみると、そうした偽サインを売っている輩が何度か警察に逮捕されているのだ。

サインの相場はだいたい二千〜一万円。アイドル系雑誌の掲示板コーナーや文通欄で知り合った人間に売りさばくのである。男女を問わず、その当時の有名アイドルのサインが狙われる。罪状は、詐欺罪。被害件数が驚くほど多いのが特徴だ。それほど、直筆サインを欲しがっている人間が多いということなのだろう。

♥ 直筆サインは超レア・グッズ

取材を続けるなかで、何人かのアイドル・マニアにも話を聞いた。

熱烈なアイドル・ファンの田中クン（十九歳・仮名）は、東京の大学に通う一人暮らしの学生である。小太りで、白髪交じりの髪は、「いかにも」の形容詞がつくほどのアイドル・オタクに見える。某女性アイドルのおっかけを生き甲斐とし、どこから情報を仕入れるのか、そのアイドルのスケジュールをほとんど把握しているほどだ。粘着質的性格傾向のある彼のアイドル・コレクションは少し変わっている。もちろん、企業もののノベルティ・グッズや写真集などのコレクションの量もかなりのものだ。

重度のアイドル・マニアである彼が言う。

「サインは欲しいけど、なかなか書いてくれないんでね。だから、僕なんかは、テレビとかラジオの収録番組に出かけて、そこでもっとレアなもの手に入れるんです。ストローとか、紙コップとかね。番組中に飲んでるやつ。休憩中にADの人に頼んで、譲ってもらう。一万くらい渡すって言えば、大概持ってきてくれますよ。何でもいいから、手に入れたいんです。その娘（某タレント）が直接歩いたアスファルトだって、手に入れられるなら欲しいですよ。馬鹿げてるとは自分でも思うけど、何かその子と関係があると思っただけで、ドキドキしちゃいますね……」

プレミアがつけられ売られている販促グッズ

フェチズムもここまでくると病だが、意外なことに、ストーカー気味にアイドルのスケジュールをリスト化しては、追いかけているおっかけの田中クンですら、直筆サインは持っていないのだ。お目当ての某女性アイドルに何度か直接会って、サインを頼んだのだが、あっさりと拒否されて書いてもらえなかったそうだ。『ミザリー』アイドル編みたいな彼は、少し不気味なので、アイドルも恐怖しているのだろうなんて勝手に思ったりもしたが、一方で彼は雑誌のサインプレゼントにも何回か応募しているが、いまだ一度も当選してないという。逆に言えば、それほど直筆サインは、いざ手に入れるとなると、難しいということらしい。

「絶対本物って保証のあるサインが売ってるなら、買いますよ。事務所の人とか、テレビ局の人とかが売ってくれるならね。でも、そんな知り合いいないし……」

彼のようなアイドル・ファンなら、お気に入りのアイドルのサインを売る人間の存在を知ったら、真っ先に飛びつくにちがいないと、正直言って思った。

事実、洒落のつもりで、田中クンに、「オレの知り合いで、アイドルのサイン売ってる奴いるんだよ。ちゃんと事務所のシールもついてるから、たぶん本物だよ」と言ってみると「○○のサインって持ってますかね？　一万円くらいなら買いますよ！」と、簡単に信じてしまったほどだ。

需要があるから、供給があるのだ。アイドルが口から吐いた二酸化炭素でも欲しいという田中クンのような人がいるなら、偽サインを書いて儲けようとする人間が現われても不思議じゃない。もちろん、いちおうは真贋を疑うのだろうが、ちょっとでも信憑性があれば、とりあえずは買ってしまう。ファンの心理とは、やはりそういうものなのだ。

アイドル・マニアA氏の裏ビジネス

偽サイン売りを探して、数週間が経った。さすがのタウンページにも、「サイン書き」という職業は見当たらず、周囲の人間に聞いても、まったくなしのつぶてだった。

そうこうしているうちに、編集部の人間が、ある人物を紹介してくれたのだ。塚本君（仮名）、二十歳。彼の知り合いに偽サインを売って儲けている人間がいるというのだ。仮にこの人物をAとしておこう。塚本君の話では、Aは、三年前ぐらいから個人情報誌やアイドル同人誌などを通じてサインを売っていて、実はそのサインというのが、すべてそのA自身が書いたもの、というのである。

「もともと東京パフォーマンスドールのおっかけやってた奴で、『B』っていうアイドル研究同人誌を自分で作ったりしてたんです。アイドル・マニアの間ではけっこうな有名人で、他のアイドルのファンクラブの人間とも親交があった。その筋じゃあ顔の広い奴でした。自分の同人誌や知り合いの同人誌で〝直筆サイン売ります〟って載せて売ってたんです」

実は、かなりの収入になるらしく、塚本君自身もやろうと思ったという。だが、いざ書いてみようとしても、うまくサインが書けずに諦めたそうだ。

「けっこう、儲けてましたよ。元手は、文房具屋とかで百円くらいで売っている、色紙だけですから。月に四十万円くらい稼いでるって言ってたときもありましたからね。一枚五千～一万円くらいで売るんです。ほとんどが、女性アイドルもの。同人誌のほかにもいろんなところで売ってたみたいですけど。『B』っていう自分がやっている同人誌で売ってたんですけど、毎号送ってもらってましたから間違いないです」

さっそく、塚本君を通してAに取材の依頼をしたが、返事は、案の定NOだった。本人に直接会って聞きたいことはいくつもあったのだが、ここでは、塚本君から聞いた話をもとに、Aの手口をかいつまんで紹介しておこう。

中学時代から筋金入りのアイドル・マニアであったAは、まだメジャーになる前の比較的無名のアイドル予備軍たちのおっかけをしていて、彼女たちのサイン会などに足繁く通っていた。B級アイドル・マニアの性で、ひとたびお気に入りのアイドルがメジャーになってしまうと、興味が覚めてしまう。Aもそのクチだった。

で、あるとき、自分がかつて集めたあるアイドルのサインを処分するために、個人情報誌に告知を出す。値段は一万円だったが、一枚のサインに十人ほどの購入希望者が現われた。

困ったAは、ひとりにだけ本物を送って、残り九人には自分が本物に真似て書いた偽モノを送ろうと考えた。

本物のサインを見ながら、何度か練習書きをしたAは、その後、文房具屋で、一枚百円で買ってきた色紙に偽のサインを書き殴り、一万円の代金と引き換えに、購入希望者に送りつけた。幸い、その後何のクレームもつかなかった。

これで味をしめたAは、以後、本格的に偽アイドル・サインの売買を始めるのである。

♥本物がないからバレない

塚本君の話では、告知は、もっぱら個人情報誌やアイドル関連の同人誌、最近ではパソコン通信やインターネットを利用しているという。なかでも、いちばん効果があるのが同人誌なのだそうだ。

というのも、Aはその世界ではそこそこ名前の知られた男で、周囲には、タレント事務所やアイドル本人ともコネがあり、独自のルートからの流出品という触れ込みで売っていたのだそうだ。

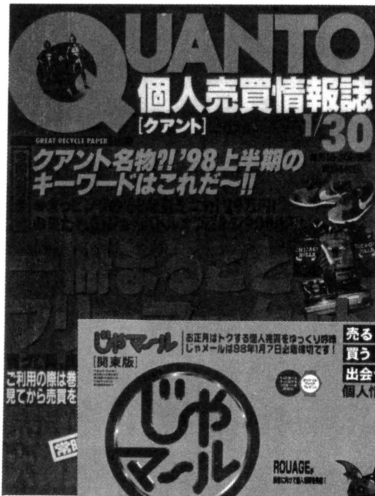
もっとも、購入者の希望するサインはかなり多岐にわたっていたため、その後、何人ものアイドルのサインを丹念に研究するはめになり、今では五十人ほどのアイドルのサインも難なく書けるほどの腕前になったそうだ。

売値はアイドルによって多少の差はあるものの、平均一万円。ちなみに、これまで最も売れたのが、内田有紀と高橋由美子のサイン。それぞれ五十枚以上はけたという。この時点で百万円がAの懐に入ったことになる。

すでに、偽サイン売りを始めて三年になるが、いまだお客さんからのクレームはいっさいないという。

「本物かどうかなんて絶対にバレることないと思いますよ。形はそっくりそのまま同じものだし、サイン買う奴は持ってないから買おうと思うんだし、本物が手元にないんだからと偽モノとの区別がつくわけないんですよ」

塚本君はそう言うが、考えてみれば不思議な話だ。その世界で有名人であるAに、何十人もの人間が何の疑いもなくお金を送るまではいいとしても、購入者からは、その後何のクレームもつかずにいるという。アイドルの同人誌を買い、サインに一万円ものお金を投じるアイドル・マニアなら、いくら持ってないとはいえ、偽モノか本物かの区別がつきそうなものだろう。あまりにも、無頓着すぎやしないか。

「一筆書きでサラサラッと書くサインは、本物と区別がつかないくらいうまかったん

テレカなども売買される個人情報誌

ですよ。練習しなきゃ書けないよってそいつは言ってましたね。週刊誌とかアイドル本なんかに直筆サインやサイン入りなんとかプレゼントってあるじゃないですか。そういうのをお手本にしてサインを書くんです。拡大コピーしてみるとだいたいの輪郭はつかめてくるんで、それを真似してサラサラッとやるわけです。

ただし、よく、『○○さんへ』という文字も入れてくれという依頼があるんだけど、これをやるとバレるので、絶対に受けないって言ってました」

この程度のことで、バレないというのも、おかしな話だ。

欲しい人がいるから売るんです！

その後も、塚本君を通じて、Aに直接会って話を聞こうと、何度かお願いしたのだが、結局、本人とは会えずじまいだった。

一方、個人情報誌に載っていた偽サイン売りとおぼしき人物に手紙を出して、一カ月が経つが、先方からはいまだ連絡はない。

最後まで当事者たちには会えなかったものの、取材を続けていくうちに直筆サインをめぐる奇妙な構図が、うっすらと見えてきたように思う。つまりは、こういうことなのだろう。

――憧れのアイドルに恋焦がれるという経験は、誰にも一度はあるはずだ。最近のアイドルお宝発掘ブームには、どこか不純な匂いも感じるが、好きなアイドルの直筆サインはもとより、過去の写真集やCD、あるいは販促用のポスターを欲しいと思う気持ちは、僕にだって充分理解できる。少しくらいプレミアが付いたって手に入れたいと思うのが自然だ。

だが、そういったアイドル関連グッズのなかで、実は、サインだけが異質なのだ。神保町の古本屋のおやじが言っていたように、本物かどうかを識別するのが難しく、商品として扱いづらいという点もそうだが、それ以前に、そもそもサインという行為が、特定の個人に向けてなされるものだからだ。だから、当然のこと、大量に出回ることもない。写真集やテレカなどの大勢の不特定多数を対象にした他のアイドル商品とは、その点が決定的に違う。

だからこそ、本来は、売るほうと買うほうのお互いの信用と良心のうえで成り立つ、個人売買というアンダーグラウンドな世界でしか、取引されえないものなのだ。

偽サイン売買は、実は、こうした事情を逆手にとったのだ。絶えず品薄で、買い手は後を絶たず、しかも偽モノであるとバレる心配もない――考えようによっては、これほどうまみのある海賊ビジネスも、ないということだ。

最後は、そのことを裏づけるような、前出の塚本君の言葉で締めくくろう。

「一時は、僕も偽サイン書こうとしたくらいなんで思うんですけど、罪悪感ってのはほとんどないですよ。めったに手に入らないサインを売ってあげて、相手は喜んでくれるじゃないですか……。売るほうはお金が手に入るんだから、うれしいし。偽サインということを考えなければ、誰も損をしないんですよ。どうせ、飽きたらその辺に捨てられてしまう程度のものなんだから。欲しくて買う奴がいるから、偽モノ書いて売る奴が出てくるっていうだけだと思いますよ」

「綾波レイ」「アスカ」偽物フィギュア販売……………五百体で粗利二百万円

業界タブーを侵した男

これまで版権管理の厳しさゆえ、海賊商品が大量に出回ることがなかったフィギュア業界で、超人気アニメ・キャラクターのフィギュアを無断コピーして大量に売りさばく「無法者」がいた

江戸川木魚（フリーライター）

世の中「フィギュア」ブームだそうである。たしかに、フィギュア・トイの雑誌は創刊ラッシュだし、ちょっとした繁華街に行けば、店の壁一面にズラーッと「アクションフィギュア」がぶら下げられたコレクターショップが必ずある。テレビのスイッチをひねれば、山本晋也監督が『トゥナイト2』あたりで金髪ボンデージ美女の「ガレージキット」を、フィギュアショップの店頭で色塗りしている光景が、オンエアされていたりする。こんな「現代の偶像崇拝」文化は、どのような形で生まれてきたのであろうか?

「アクションフィギュア」発祥の地はアメリカで、もともとは約一〇センチほどのアニメやマンガのキャラクターを模した完成品の人形で、一九五〇年代頃から、アメリカ人の子どもたちの間で普及し始めた。安くて丈夫、コレクション性が高く、また、別売で「プレイセット」というものがあり、秘密基地や車、オートバイ、飛行機といったアイテムで遊ぶのだ。

日本へは七〇年代に一度上陸している。今やロングセラーを続ける米国ケナー社の「スター・ウォーズコレクション」を、「リカちゃん」でお馴染みのタカラが輸入代理店となって販売を開始した。しかし、ホビーコレクションの土壌は、まだ日本にはなく、敗退を余儀なくされる。

そして二十年後の九〇年代、いわゆるシブヤ系ムーブメントのファンシーアイテムとして台頭したのが、この「アクションフィギュア」なのである。九〇年以前のものとは造形的にも彩色的にもまったく違ったコンセプトのもとに生まれた、「スポーン」の登場だ。ベースになっているキャラクターはトッド・マクファーレン（アメコミの人気作家）の手によって描かれたアメリカンコミック。凄まじいばかりのバイオレンス描写とグロテスクなモンスター、対する主人公スポーンも、筋骨隆々の肉体を黒いマントに包み、バットマンもかくやのかっこよさである。しかし、そのマスクの下には焼けただれたおぞましい素顔があり、さらに悪魔と契約して不滅の身体になってしまったので、暗闇でホームレスたちと生活しながら街を守る以外することがない、といったピカレスクヒーロー……。彼は熱狂をもってシブヤ文化に受け入れられたのだ。

T・マクファーレンの賭け

そのスポーン、作者であるトッド・マクファーレンはある一つの賭けに打って出た。彼は既存の玩具メーカーからのオファーを断わり、「マクファーレントイズ」なるアクションフィギュア・メーカーを自分で設立したのである。理由

は単純だ。それまでのアメリカの玩具安全基準を満たすような、柔らかくナマクラな装甲やスパイクではなく、硬くシャープに作られた各部、フリーキーで奇怪な表現、子どもが見たら悪夢にうなされそうなホラー系キャラクターで構成された商品群をリリースするには、事なかれ主義で動脈硬化を起こしている大手メーカーでは不可能と見て取ったのだ。

　さて、ここからがポイントなのだが、このマクファーレントイズの生産は、もっぱら中国で行なわれた。彼らは手工業大国ならではの軽便性を生かして、色のバリエーション展開をかけてきた。すなわち生産ロットによって目の色やショルダーブロックのフチの色などを変更するのだ。希少性を玩具系マガジンにリークすれば、それだけでマニアはまた買ってくれる。元の型はまったく同じものなのに……。

　そればかりか、「別注」と呼ばれる大型トイ・ショップ限定版特別注文カラーや、ファンクラブ限定品(これはマクファーレン自ら色設定を決めたもので「リペイント」と呼ばれる)などなど、まるでスニーカー戦争もかくやといった状態で、それに対するプレミアムも異常なほどである。

マクファーレントイズ製「スポーン」

　プレミアムが付けばニセモノが出てくるのは、これはもう必然のこと。日本でも、以前はマニアが小遣い稼ぎにトイ・イベントの裏でこっそりと「これパッケージ開けちゃったから安くしますよ」とか言葉巧みにダマして、自分で塗り直した「リペイント捏造品」を売っていたくらいでカワイイものだったが、最近は台紙を印刷し、完全なブリスターパックを作り出す「求道者」まで現われる始末。しかも、素体となるスポーンそのものが、どうやらオリジナルを作っている工場から流出してるといったまことしやかなウワサまで飛び交っているのだ。

ガレージキットはクオリティ勝負

「ガレージキット」——こちらはもともと、日本模型界に十八年ほど前から受け入れられてきたホビーである。その名が示すとおり、自宅のガレージで少数生産した自前のキットモデルで、当然のことながら、入手した人は自分で組み立て、彩色して完成させるもの。その主軸は女性フィギュア。しかもアニメキャラクターが人気№1なのだ。

　今では、その専門メーカーが、プラモデルと同じ流通網を使って全国流通展開をしているが(この段階でもはや「ガレージキット」の定義はないに等しい)、少数限定生産ものがほとんどなので、確実な入手手段はメーカーから予約通販するしかなかったりもする。

　アクションフィギュア・マニアに比べると、ガレージキット・マニアはよりディープである。まず彼らは、既製のフィギュアや玩具では満足できないから、さらにディテールやシチュエーション、色気といったものが、究極なまでに高められたガレージキットのフィギュアを買うのだ。それゆえ同一キャラクターが複数のメーカーからリリースされている場合、最も自分の好みに合った精度の高いも

のをチョイスする。したがって、ガレージキット・メーカーは他社に負けないフィギュアのキットを作り出すため、日々精進を続けていることになる。こうした事情が背景にあってか、あっという間に日本のガレージキットは模型界のスターダムに登りつめ、世界一の品質で海外の模型マニア憧れのアイテムとなった。

ガレージキットのフィギュア

　ガレージキットにおけるフィギュアのほとんどは、レジンキャストというプラスチックに似た樹脂で形成されている。まず、メーカーはそのフィギュアの原型を、ファンドと呼ばれる固まる粘土や、エポキシパテ、ポリパテ等の造形材料で作り上げる。

　この原型の出来いかんが、そのアイテムの売り上げを左右するだけに、メーカー側はユーザーの意見を貪欲に取り入れるのだ。原型をシリコン・ゴムで型取りし、前後分割したその型に前記したレジンキャストの原液を流し込んで固め、手で型からはずすのだ。

　このように手工業でかなり複雑な原型を複製できるからクオリティが高いのであり、また、その技術料、素材原価の高さからくる定価の高さも理解できる。なにせ約一六センチの人形が六千円前後、五〇センチを超すものでは三万〜五万円くらいするものもあるのだ！　当然キットで、である。

　だが、海外のマニアは邦貨の高騰によりとても手が出ない。そこで、当然のことながら、ニセモノを作り、それを安価で市場に流す香港や台湾の業者が現われたのだ。なにせもともとが複製品、原型となるものは、日本の模型屋でいくらでも売っている。今や日本のヒット商品は香港で二分の一から三分の一の価格でいくらでも手に入るようになってしまった。なんとアメリカに輸出までされている。ご丁寧にMADE IN JAPANと銘打たれて。

　もっとも、全体量で、アジアではほぼ一〇〇%、アメリカでも二分の一はニセモノのガレージキットが出回っているが、ほとんど日本への逆上陸はない。それは、仮にお店に出回っても、日本人のマニアは完成度の高いオリジナルを買うからであり、また問屋に持ち込まれても、そこでブロックされてしまうからだ。とくに複製のそのまた複製ではシャープさが半減してしまう点で嫌われているようだ。

海賊フィギュアを作った男

「アクションフィギュア」と「ガレージキットのフィギュア」はマスコミでは一緒くたにされがちであるが、まったくの別物であることがわかっていただけただろうか？　アクションフィギュアは完成品であり、価格も安く、買っただけで完結してしまうもの。ガレージキットは買った後、自分で手をかけ

て仕上げを楽しむ模型で、値段は高いが、その精度を楽しむものである。

さて、本題である。この二つの技術を結びつけてニセモノのフィギュアを作ってしまった男が日本にいる。

ショップなどで一般に売られているフィギュアは、当然のことながら、そのキャラクターの元となるアニメの原作者や製作者側からの許諾なしには、本来は作れない。こうした手続きを経ず制作されるフィギュアは、すべて海賊品ということになるのだが、ここで出てくるニセモノとは、版権を取って売られているもののなかでもとくに手に入りにくい、JAFCON(年に1回、有明ビックサイトで開かれるフィギュアの祭典)などのイベントに出展するため一日限りの版権を取った、プレミアムもののフィギュアのデッドコピーをいう。実は、本物のフィギュアを一体手に入れれば、複製などたやすいことなのだが、(読者には意外と思われるかもしれないが)日本国内ではフィギュアといえどもこの版権管理はかなり厳しく、こういった海賊商品が大量に出回ることは、これまでほとんど不可能に近かった。というのも、業界自体が小さいため、犯人探しが比較的簡単に行なえるという事情があるからだ。

絶対匿名を守ってくれるなら取材に応じるというN氏は、輸入コーディネーターを名乗る男だ。彼は、今アニメで最もブレイクした『エヴァンゲリオン』の超人気キャラクター「綾波レイ」と「惣流・アスカ・ラングレー」の1／2.5スケール半身像ガレージキット(リミックス製)を無断でコピーし、さらにアクションフィギュアを作っている中国の工場で彩色した「完成品」として売り出した「超無法者」である。彼流のニセモノ造り技法とそのリスクマネージメントを堪能していただこう。

ニセモノが横行!?

N氏「オレね、大学卒業してからアメリカ、イギリス、中国、タイとぶらぶらしてたの。放浪ってやつ。十年前ぐらいだったかな。で、いちおう、英文科出なんで港で日本への輸出商のFAX番をやって滞在費捻出してたのね。そのテの仕事ってどこの国にもあるんだよ。ちょうど日本のバブル期で輸出商のマージンもすごくってみんな羽振りいいんだよ。もう、そこで門前の小僧状態(笑)。結局日本に帰ってからも現地で世話になったバイト先の日本代理店ってカタチで、品川に自分の事務所を持った。今は別なとこに移したけど。家賃高くてバカらしいからね(笑)。だって、机と電話とFAX、ワープロ、そんだけあれば仕事できるからね。

で、知り合いのマニアからよくアクションフィギュアの取り寄せを頼まれててね。待てよ、コレに似たもん中国の工場で作ってたなあ、って思い出したの。原価なんてすげえ安いんだよ。日本で二千円で売ってるアクションフィギュアがアメリカ本国で千二百円くらいかな。ところが、中国での製造原価は二百円くらいなんだよね」

──え、アクションフィギュアのニセモノも作ったんですか?

N氏「いや、やってないよ。やる気もないし。だって何千個も作らなければ、儲けが出ないじゃない。オレ、ひと仕事三百万になんない仕事はしないの(笑)。で、逆にアメリカでアクションフィギュアを仕入れてる会社が『日本のガレージキットフィギュア、手に入らないか』って聞いてきたんで、ま、今まで放浪して見てきたことを思い出して、『そんなんだったら香港でニセモノ買って流したほうが安いから売れるし、中間マージンも多いよ』って教えてあげたら、あんたやって、だって(笑)。

そんなわけで、いつの間にかフィギュアなんか興味ないのに詳しくなっちゃって……」

──それにしても、なんで「綾波レイ」の胸像にしたんですか?

N氏「今、『エヴァ』のブームってすごいでしょ。それに胸像って一体形成だから輸送中に壊れにくいからね。それにもう一つ、うちの近所に『M』っていう大きな古本屋兼コレクターショップがあってさ、そこで堂々とキットのニセモノを売ってんだよ。そうか、ガレージキット業界ってニセモノあり

左がクルシマ製作所製の本物の綾波。右が偽物。

な世界なんだ、って思っちゃったワケ」

――それは違うと思いますけれど……。

N氏「ホント。ホントはそうだったの。店の人間が小遣い稼ぎでもしてるのかなあ。古物商の免許持ってるって、お客から買い取ったってことにしておけば、法に触れるもの以外は何売ってもいいんだよ。たとえ盗品だって『知らなかった』って言えば罪は問われないんだものね。

で、『M』みたいにそこまでやっちゃうのって、つまるところ、スッゲー人気があるってことでしょ。だから、迷わずに決めたってわけ」

ショップは確信犯!?

――生産はどうやって?

N氏「『エヴァ』の版権管理ってすごい厳しいんだ。だから流通に乗せることって不可能に近いんだよ、ニセモノは。そこで、コレクターショップを使うことを思いついた。つまり、アメリカから中国に発注して生産させ、逆輸入しちゃえばアメリカ製品ってことで足がつかないでしょ。で、ダミーの美術輸入代理会社を通して卸し、代金を回収するんですよ。ツークッション置けば足はつかんよな。

生産は中国にあるローソクの工場。ほら、向こうは旧正月ってあるでしょ。その行事に使うローソクってブっとくて、龍の絵が入ってたりするのよ。その工場で、オフシーズンに彩色させるの（笑）。一度行ってみたけど、洞窟みたいなほら穴に長机があって、彩色師がズラーッと座ってんの。で、右から左に流れ作業。瞳を描く人、まつげ描く人って、人海戦術だよ。そりゃ、安くて早くできるわな」

――それを輸入したんですか?

N氏「そう。アメリカ・ルートで横浜に荷揚げして、コレクターショップ・ルートで輸入品としてばら撒いたんだ。渋谷が多かったね。もちろん、オレは表には出なかったよ。それにね、こういうことの実情を知ってんの、コレクターショップの社長か店長レベルの人間だけ。彼らはそういう意味では確

信犯だね。基本的にコレクターショップの店員はバカばっかだから、自分がまがいもん売ってるって意識なんか、かけらも持っちゃいないんだよ（笑）」

——……。クオリティ的にはどう思います？

N氏「それなりの出来ではあるね。重いし、コピー性もいい。リミックス製のキャストキットが一万九千八百円だったよね。だからうちは一万二千八百円でしかも完成品で出したんだ。ところが時を同じくして、リミックスがクルシマ製作所ルートで正規の完成品ソフトビニールで発売しちゃったんだよなあ。まあ、こっちは全部売っちゃった後だから何とでも言えるけど、クオリティはやっぱ本家のほうがいい！ 定価も同じなんだよね。こっちは全部筆塗りだから荒いんだ。勝ってんのは重さだけかな。この本読んでる人たち、買うならクルシマ製作所バージョンを買ったほうが、いいぞ！（笑）」

——技術的には面白いアプローチなんですけどね……。原型ちゃんと自分たちで作って、中国生産で版権取って、出そうとは思わないんですか？

N氏「めんどくさいじゃない。それに、いくつもそんなもん作る気はないね。気が向いたらわかんないけど（笑）。でも、我ながら面白い仕事だったよ。だってアクションフィギュアのスポーンが出来いい理由って、製作者のトッド・マクファーレンが日本のガレージキットが好きで、その表現方法を真似たからじゃない？ こっちはその逆で、スポーンを量産した技術でガレージキットの完成品を作ったんだから」

フィギュア専門誌

“次はもっとうまくやるよ”

——で、どのくらい儲かったんですか？

N氏「実は、手間のわりには、そんなに儲けはないなぁ、って感じ。レイとアスカを各五百作ったんだけど、中国の製作原価が一個約二百円、アメリカの会社の取り分が一個につき千円、送料と関税で千円。つまり、原価が一個四千円ってとこ。で、定価一万二千八百円の商品をコレクターショップに卸したときの掛け率が七〇%だから、八千円前後の卸価格で差し引き四千円のあがりだね、一体あたりは。で、かけることの五百で四百万円。ここから経費やなんだかんだで百五十万円近くかかってるから、実利は二百万円……」

——なんだ、思ったほどではありませんね。

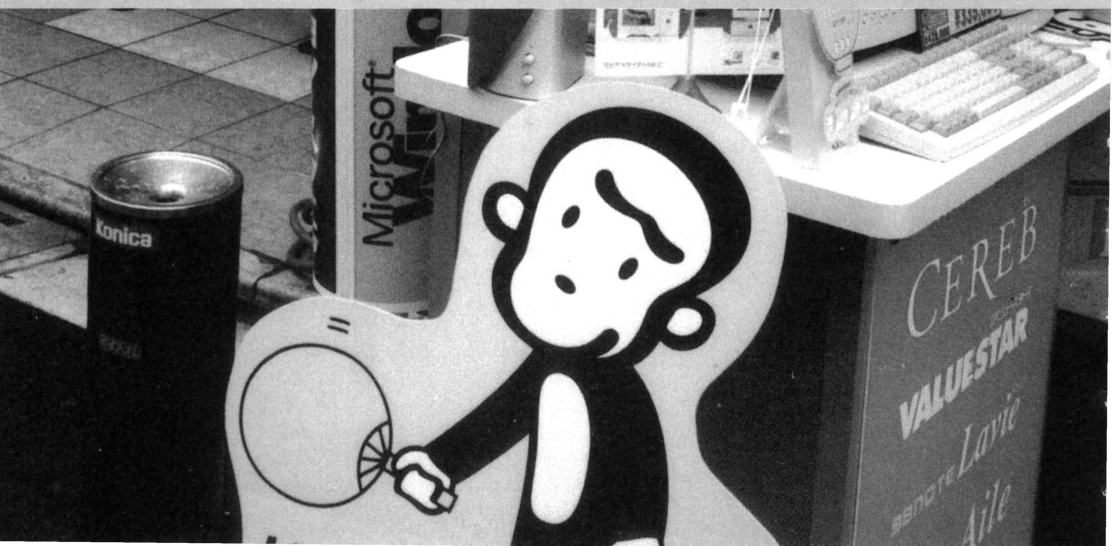
N氏「次はもっとうまくやるよ！」

最後のN氏の言葉を聞いて、私は思った。「無理だね！」と。なぜなら、この記事を見て、ガレージキット・メーカーが指をくわえて放っておくわけがないではないか、ということ。原価が安いということであれば、近い将来、ファクトリーサイドによる版権取得商品の完成品を中国で生産させ始めるにちがいないのだ。彼は大いなるネクストビジネスを、ガレージキットにおけるフィギュアのあり方を根本から変えてしまうヒントをバラしてしまったからである。

もともとガレージキットは関西で生まれたもの。今でも大手メーカーの本社は大阪近郊に多い。彼らは「ナニワの商人」である。ここまで語れば、後の想像はつくだろう……。

PART 3

コンピュータ・ソフト

インターネットは金の成る木

インターネットの無料アダルト画像を金にする方法

「匿名メールアドレス」「私設私書箱」「電子メールDM」「宅配ビラ」……。巷で横行するアダルト系海賊CD-ROM販売の全手口

ウラジミール（フリーライター）

インターネット通販編

昼下がりの〇〇駅。せわしなく行き交うビジネスマンや学生や暇を持て余したようなカップルを尻目に、浅黒く目つきの鋭い男がタクシー乗り場へと向かう。彼の表情は心なしか緊張の色合いを隠せない。男は、駅から二〇〇メートルも離れていない「私設私書箱」へ行くために、わざわざタクシーに乗り込むのである。

五分後、そのタクシーは、とある雑居ビルの手前で滑るように止まった。そのまま待つよう運転手に指示した男は、何気なく車外に出るもあたりを注意深く見回す。見張りはいないようだ。

男は急ぎ足で雑居ビルのドアを開け中に入る。二～三分の後、男はまたも用心深く外を窺うようにビルから出てきた。この瞬間が最も危険なのだ。どの方向へも瞬時に走って逃げられる体勢と心の平静を保ちながら、男は待たせておいたタクシーへ小走りに駆け寄る。

「あ、開けてくれ」

焦りは禁物だが、考えと裏腹に声には余裕が感じられない。

車が再び心地よく加速する。五〇メートルほど走り続けたあたりで、男はそっと車窓越しに後ろを振り返る。やはり誰も見張ってはいなかったようだ。

男はここでやっと緊張から解放され、ジ

ャケットの内ポケットに手を伸ばす……。
先ほど、私設私書箱から受け取ってきた現金書留封筒の、厚い束の感触を確かめるためである。一つ隣の駅で車を降りた男はニヤリと不敵な笑みを浮かべる。きわめて短期間だが危険度の高い仕事を終えた満足感に溢れていた。儲けは百万円ほどであろうか。

ネタ元はニュースグループ

話はこの二週間前にさかのぼる。「海賊ペドCD」……なんと甘美な響きであろう。断わっておくが男はロリコンでも、幼女性愛に狂ったビョーキな人でも決してない。そうではないのだ、と彼は心の中で弁解する。
夜中、インターネットのニュースグループをつぶさに見ていた男は、ロリータ系のグループに流通するペド・ロリータ写真をせっせとダウンロードしていた。
「腐ってやがる」
男はテキストベースのニュース記事から復元された、小学校低学年と思われる幼女

がベッドで男と絡むあられもない姿の画像を大映しにしたモニターを、憎々しげに眺めながらつぶやいた。

ニュースグループは数あれど、アダルト系のグループの投稿数はダントツである。ましてて、日本では御法度な幼女の性行為をこれでもかというほどタレ流し続けるとんでもないグループでさえ、インターネットに接続しさえすれば簡単にアクセスすることも、またその写真をハードディスクに保存することもできる。あと一〇メガ落とせばいいだろう。男はMOに集められた、それらペド・ロリータ写真の容量を大まかに計算する。

男はISDN回線と、それぞれがインターネットに接続された二台のパソコンとの間を交互に行き来する。一台にはこのMOのほかにCD－Rが接続されている。急速に低価格化し、誰でもCDが焼けるというあれである。

もう一台の画面には、おびただしい数のメールアドレスが映し出されていた。メーリングリストやウェブの掲示板、ゲストブック、または商用パソコン通信から集めてきた数万件のロリコン、アニメ・ファン、アダルト大好き人間のメールアドレスである。数万件とはいえ、データベースソフトで重複を省けば、総数はその半分ほどになってしまうだろう。

男の目的は明確である。インターネットからダウンロードした画像をCDに焼き込み、日本全国数万人のペド・ロリータ好きなサイバー野郎にオカズを通信販売するのだ。

タバコに火をつけ、ふと窓の外を見る。明け方の空を染め始めた朝日は、ペド写真の映し出された病的なモニターにさえ、ささやかな健康さを投げかける。

「金を貯めたら、もうこんな仕事は二度とするまい」

男の誓いは彼自身が常に破っているのだが、その辺はあまり深く考えないようにしているらしい。

ともかく、明日はインターネット・プリペイドカード持参でインターネットカフェに行かなくてはならない。集めまくった電子メールアドレスでDMを発送するために、だ。これを自宅のマシンからやるぐらいなら、焼き芋でも食べながらビルから飛び降りたほうがマシだ……。

匿名メールアドレス

時折恐われる良心の呵責からか、またはいまだ見ぬ「海賊ビジネスの後継者」のためなのかは不明だが、男は誰にでも始められる海賊ビジネスの基本を、暇を見てはメモしていたようだ。

ひょんなきっかけで、赤子のように純粋無垢でニュービーな私は、あろうことかその男の残した凶悪なメモを入手してしまった。その一節を見てみよう。

インターネット・プリペイドカードを利用すれば最も手っ取り早く匿名メールアドレスが取得できる。代表的なものに●●ネットが発行するプリペイドカードがある。よくインターネットカフェなどでプリペイドカード自動販売機が設置されているが、これは単にWWWをブラウジングするだけでなく、メールアドレスもついてくる。これを利用しない手はない。百分千円である。

また新たに別のカードを買い、●●ネットのホームページにて、指示に従い新たなカードのIDとパスを入力することによってカードの期限延長も可能だ。プリペイドカードの入手先はさまざまであるが、秋葉原の九十九電機、LA-OX、または新宿の南口電気街などで一枚単位で購入できる。

注意してほしいのは、たとえば●●のプリペイドカードで、キミが使ってもよいのはメールアドレス(POPサーバーのアカウント)なのである。自分をトレースされないために万全を期すならば、カードの裏面にあるTCO/IPデータを使って自宅の電話から接続しては決してならない。

プリペイドカードを手に入れたら、インターネットカフェへ直行だ。

システムを勝手に書き換えられるのを恐れてか、インターネットカフェに設置されたパソコンではキーボードが使えないことも多い。またフロッピーディスクの挿入口がシールでふさがれているものもある(そんなウンコ・カフェはさっさと廃業しろ!)。ここでの条件はただ一つ、すなわち、最低でもキーボードが(フロッピーも使えればなおよい)使えるということだ。

店名を明記することは避けるが、都内某所のゼロワンショップや中野の小さなインターネットカフェなどは充分にこの条件を満たしている。また、最近は大手テレクラが店内の一部を改装してインターネットカフェを兼業しているところもある。ここも

カフェのイケナイ度では最高だ。

余談だが、キーボードは使えてもフロッピーが使えないカフェで「笑ってお仕事」するために、自分のプロバイダーのディスク、または海外の無料ウェブサイトなどにEudoraなど電子メール送受信ソフトや、FTPクライアントソフトなどを圧縮していつでも落とせるようにしておくのもいいかもしれない。そのようなソフトは基本的にフリーウェアでも入手できるのだが、インターネットカフェでフリーウェア探しに時間を浪費するのはインコのやることだ。

“海賊ペドショップ、開店”

翌日の午後、男は都内のパソコンショップに姿を現わした。大手メーカーを背景に持つこのショップの一角には、誰でも無料で好きなだけインターネットを使える奇特なコーナーがある。

椅子に腰を下ろすと同時に、セカンドバッグから怪しげなフロッピーを三枚取り出した。ふとあたりを見回すが、店員は接客に余念がない。男の手はすばやく、まず一枚のディスクをパソコンに挿入する。

ディスクの中身はFetch3.03とEudora1.3.8.6であった。そう、男はマックユーザーなのだ。これらのソフトをまずハードディスクにコピーすると、男の指先は滑らかにftp://login:password@xoom.com/~***とタイピングする。イラストクリップ集を販売する海外の会社が提供する、無料ホームページサービスのディレクトリURLだ。

あらかじめ取得しておいた無料アカウントのログインとパスの登録データは、たまたま手元にあったカップラーメンの蓋に印刷された工場の住所、そして中学時代の同

IS

無料(タダ)で、やりまくりインターネットどうぞ!

ショールーム開設記念

1階ショールームにて今なら、無料(お金は、一切頂きません)で、インターネットが楽しめます。コンピュータ10台装備で、インストラクターがその場で使い方を教えてくれます。飲み物は、自動販売機をご用意しております。下記カードは、2000円だけで、ご自宅やオフィスでネットサーフィンを楽しめるインターネットカードです。このカードは、本ショールームやコンピュータショップ、インターネットカフェなどで販売しております。ご来店の際に、お気軽にお申し出ください。

11:00AM〜4:00PM 月〜金曜日

International … tific Co., Ltd.

株式会社 インター… サイエンティフィック

級生で、いつも体育を見学してはこっそり教室に戻り、男の弁当を食べていたトンデモない野郎の名前である。天罰だ。けなげに走る犬のアイコンとともに、男のディレクトリが開く。問題はない。

二枚目のディスクに収められていたのは、ホームページ用のHTML文書と、ペドCD用のサンプル画像であった。

Fetch3.03(FTPクライアントソフト)を立ち上げ、ログイン先にxoom.comを指定しログイン名とパスワードを打ち込む。

けなげに走る犬のアイコンとともに、海賊ペドショップのまっさらな「店舗」が開いた。

「フヒヒ……」。フロッピーディスクの中身を丸ごと、この「店舗」にアップロードする男の眼は、本人も自覚しない、アブない光彩を放ち始めた。これで匿名ホームページ登録は完了だ。

「……海賊ペドショップ、開店」

ぶつぶつと低い声で呟いている、本当に腐ってるのはこの男なのかもしれないが、まあいい。

電子メールDM

残る作業はこの「海賊ペドショップ」を宣伝することだ。掲示板に書きまくるという手もあるが、今回は効率よくDM絨毯爆撃でキメるつもりだ。

最後のフロッピーを挿入し、ファイルを解凍する。あらかじめEudoraで送信できるようにまとめておいた電子メールDMが総数にして三万件分はあるだろうか……。

男の海賊メモにはこう記されている。

電子メールのDMはダ~タだからといって、むやみに送りつけるのは得策ではない。fjにたむろする公序良俗フェチやネチケット気違いみたいな連中に騒がれても邪魔なだけである。

さて、海賊ペドCDである。まずはペド・ロリコン系のML(メーリングリスト)からいただこう。WHOコマンドであるMLの全参加者のアドレスを頂戴できる。さらにアニメ・ファンのMLもいいかもしれない。ともかく幼女性愛に狂った方々のいそうなところには片っ端からWHOコマンドだ。注意すべき点は、たとえWHOコマンドといえども自分の本当のメールアドレスでこれをやってはいけない、ということだ。あとでDMを送りつけた際、メールアドレスがMLから流れたことに気づかれればログをチェックされる可能性がある。

"EmailAddressFinder"という小さなMac用シェアウェアがある。テキスト文書中にある、すべての単語からメールアドレスだけを抜き取って書き出してくれる、電子メール名簿集めの強力な味方だ。Info-Macなどシェアウェアが豊富にあるサイトからこの"EmailAddressFinder"をダウンロードしたら、ヤフー(http://www.yahoo.co.jp)などの検索ページでアダルト、ロリコン、美少女アニメなど思いつく限りの検索語をブチ込み、関連サイトを見つけよう。目的は掲示板やゲストブックなどに書かれたメールアドレスである。

また、ニフティサーブなど大手商用ネットも使えるだろう。ニフティは会員検索が

できなくなって久しいが、フォーラムがあるではないか。いいフォーラムが見つかったら、発言者のIDを片っ端からいただこう。ニフティのメールアドレスをインターネットで使用するには、たとえばAAAXXXXXというIDの後に"@niftyserve.or.jp"を付け加えるだけでいい。メールアドレスはいったんワープロソフトで縦に読み込み、「改行文字」を「@niftyserve.or.jp改行文字」に全置換するのだ。こうして集めたメールアドレスはデータベースソフトで重複を取り除くことをお忘れなく。ともかくメールアドレスを集めるためにできることはなんでもやってみよう。

ともあれ、小一時間の後、仕事の半分は終了した。

あとは締め切り日より三~四日後に私設私書箱へ出向き、現金書留の中に同封された注文票に従って商品を発送するだけだ。

路上販売編

残る半分の仕事は、男が最近始めた新しいセールス戦略の展開だ。

携帯電話を取り出し、裏ビジネス御用達ともいえる人材派遣業者の番号を押す。そんな業者がいるのか、って? もちろんテンプスタッフであるはずがない。電話帳で便利屋を探していてたまたま見つかったのだ。海賊ビデオ業者が少人数のチラシ投函部隊を結成するのと同じだ。

「もしもし、私です……では今から一時間後、秋葉原の例の場所……ええそうです、路上です……あそこに二人、あと広い駐車場のほうですね、あそこの路上にも二人配備して、こないだお渡ししたあのチラシ、撒きにとりかかってください。こちらのPHSはこれから電源を入れておきますので」

怪しい路上ビラ

世界一の電気街である秋葉原の、目抜き通りからは少しはずれた細い路上、またはジャンク屋が集中する雑居ビルが乱立しているあたりの路上で一年ほど前から、例のマハーな皆様の残党とは明らかに違う、日本語が少しおかしく怪しげな風体の男たちがビラを配り始めたのはご存じの方も多いだろう。なかには「私の詩集買ってください」ならぬ「私のピーコCD買ってください」的な佇まいのなかなかニクい味な奴もいる。比較的人なつっこい海賊兄ちゃんなどには固定ファンまでついており、夕方にはギャラリーが取り囲む暗黒で和やかな、四季を問わぬ秋葉原の風物詩となりつつある。

彼らの配るビラはCDのジャケットだ。一本十万~百万円相当の高額な市販ソフトウェアの商品名がところ狭しと並んでいる。その脇に置かれた段ボールいっぱいに詰められたのが、これらのソフトを丸ごと収録した海賊ピーコソフトCDなのである。一枚一万五千円前後。その中のソフト一本分の正価よりはるかに安い。もともとタイやマレーシアの海賊ショップで売られていたものを輸入・路上販売していたのであろう

が、ここ数カ月のホットラインブーム――ホットラインと呼ばれる、まさにピーコソフト(warez)を交換するというその目的のためだけに作られたかのような通信ソフトの爆発的ブームによって、それまで陰の世界の楽しみであったwarez（ウェアーズ。一部の愛好家は「われず」「若葉」とも呼んでいるそうだが、筆者はそのような悪いことはしていないので誤解なきよう）が一気に「日の当たる世界」に躍り出てしまったのだ。早い話、ホットライン愛好家は皆ピーコソフト愛好家――と、この際言ってしまおう（笑）。

余談だが、最近は筆者の悪友である、怪人ミスターPBXまでもがホットラインにはまっているらしい。彼の参入は世界のソフト業界にとってまさに、今そこにある危機なのだ。

まあいい。要するに最近は組織的に動く不法滞在中国人のみならず、日本人の普通の学生たちまでもが、路上でピーコソフトCD販売を始めてしまったから正規ソフト販売店はたまらない。

男のやり方はちょっと違う。まず商品は海賊ピーコソフトならぬ海賊ペド・ロリータCD。十二月よりこの種の少女ヌード写真には法規制がかかるため、今が売り頃だ。路上では決してCDの現物販売はしない。路上スタッフが配布しているのはあくまで海賊ペド・ロリータCDのチラシである。その場での取引は行なわないのだ。

代わりに、購入希望者にはチラシの下に大きく書かれたPHSの電話番号へ注文してもらい、翌日まとめてゆうパックで代引発送するか、また近くであればスタッフが「宅配」するのである。

たとえチラシ攻勢といえども、こんなゲ

リラ的な販売を新宿や渋谷の路上でやるのであれば、コードナンバー893やイラン人などプロの皆様に「お願いですから潰してください」と懇願しているようなものだ。PHSはもちろん架空名義。量販店によっては身分証の提示すらしないでいいところもあるし、また夕刊スポーツ新聞三行広告欄に架空携帯や架空PHSの販売業者は常連だ。

　時には男自ら注文主に「宅配」する。CDの定価は二枚組一万八千円なので、多少遠距離でも無理してしまうのだ。客層は主に学生なのだが、なかには僧侶やプロのCD出版業者などもいる。トラブルに巻き込まれたことはない。今夜も一件、配達しなくてはならない。

基本は通信販売

　身支度を済ませると（いかにもバイク便のアルバイト、という格好が好ましい）愛用の原付バイクにまたがり青梅街道を新宿方向に約二十分。目指すは西新宿のとあるマンションだ。呼び鈴を鳴らすと、出てきたのはスポーツ刈りの、学生とも某団体構成員ともとれる体格のよすぎる若者。こ、こんな男らしい奴がペド愛好家……？

「え〜と。代金は……そこのラベルに書いてあると思うんですが、消費税込みで一万八千五百四十円ですね」

「ああいいよ。ちょっと待っててくれ」

　男はCDを受け取ったまま、いったん部屋の中に戻る。小銭でも取りに行ったのかと思ったのだが、なかなか出てこない。おかしいな、と半開きのドアをのぞき込むと、

「おい！　これボカシ入ってんじゃねえかよ！　画質もキタねえぞ。おまえ騙し業者だろ！」

　し、しまった……。客は代金を支払う前に開封して中身をチェックする類の、つまりいちばんイヤなタイプの野郎だったのだ。

　騙すつもりはなかったのだが、二枚組セットに収められたおびただしい数の画像のうち、ほとんどはいわゆるロリータ写真集からのスキャンもの。つまり本物のペドファイル愛好家の期待する、幼女の絡み画像は全体の一〇%しか含まれていなかったのだ。たしかに客が怒るのも無理はないのだが、こちらも商品の価格をつり上げるための大幅な水増しを行なわない限り、手間がかかるわりに儲けの少ないモノになってしまう。

「おい、ふざけんなよ。ちょっと中に入れよ。いまダチが来るからよ。これ見て金払うべきか相談しようじゃねえか」

　客が部屋から出てくる直前に、男は反射的に、脱兎のごとく通路を駆け抜け階段をまっしぐらに降りると、停めてあったバイクに飛び乗り一目散に逃げ出した……。

　フルコンタクト空手ならぬフルコンタクト海賊は即金が魅力だが、それにしてもハイリスク・ローリターンを絵に描いたような方法ではある。さすがに宅配のためにスタンガンまで用意する気は起こらない。

　やはり基本は通販だ、通販でキメるぞ！　と男はつくづく実感したのであった。

　しかし正直に告白すれば……毎日がこんなサバイバル生活なのであれば、まっとうに会社勤めでもしたほうがよほどいい、と密かに感じていることも認めねばなるまい。

ウェアーズ・違法CADソフト販売……半年で粗利五百万円

電脳"わらしべ長者"繁盛記

インターネット上に違法ソフトの電脳交換場「ウェアーズ」を開設し、そこに集まる総額数千万円ものソフトを会員向けに定期販売し、短期間で大金をせしめた現役貧乏大学生のあきれた一攫千金物語

ガスト関(フリーライター)

インターネットの普及によって、一昔前には信じられないくらいに、データのやりとりが容易になりました。なにしろ、メールやら画像やら、果てはソフトウエアの送受信が、家にいながらにしてできるのです。これは、デジタル情報ゆえの最大の利点です。が、当然、こうした利便性は、やろうと思えば、いくらでも悪用が可能です。

違法ソフトの交換場

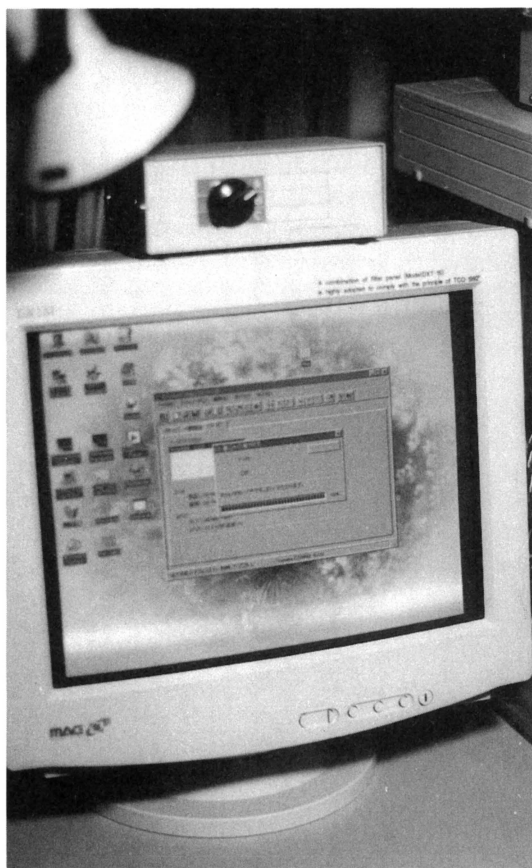
ゲームやコンピュータなどのソフトは、フリーウェアと呼ばれる誰もが自由に使用できるソフトウエア(ないしはシェアウエア)以外は、基本的には、譲渡・複製が禁止されています。著作権法で制作者の利益が保護されているからです。ところが、インターネット上には、市販されている(要するに、勝手に複製し、使用することが禁じられた)ソフトウエアを無料で公開し、交換し合うためのサイトが世界各地に存在してます。いわゆる「warez」(ウェアーズ)ってヤツです。

当然、これは違法行為ですので、おおっぴらには行なえません。大概は、地下でこっそり行なわれているため、一般ユーザーがその場所を探し当てるには、かなり時間と労力を要します。

しかし、いったんアクセスできれば、市価が百万円を超えるソフトなども、比較的簡単に、しかもタダで手に入れることが可能なのです。

あるいは、自分で「warez」サイトを開設すれば(といっても、そのリスクを考えれば、それなりの度胸と知恵が必要ですが)、黙っていても、違法ソフト・コレクター(彼らのこ

とを同じように〝ウェアーズ〟と称する場合もあります)が、どこからともなくアクセスしてきて、あっという間にソフトが集まるということも夢ではありません。まあ、バクチでいう貸元みたいなものと考えてください。

こうした「warez」がはびこる背景には、ソフトは本来タダであるべきだ——つまり、ソフトウェア会社が著作権を主張するのは、搾取である——という思想がユーザーの側に少なからず蔓延しているからです。したがって、「warez」で流通するソフトを他の場所で有料で配布するなどといった行為は、この世界では「邪道な行為」と見なされているのです。

「邪道」の極み

さて、以下で紹介するのは、この「邪道な行為」——つまり、「warez」でタダで集めた大量のソフトを、ニフティやインターネットで集めた会員あてに有料で配布し、年間一千万円近い収入を得ているソフト・コレクター氏の話です。

匿名が条件ということもあり、本名はここでは明かせないので、仮に千葉君としておきましょう。千葉君は、現在二十五歳の現役の大学生です。学費から生活費、遊ぶためのお金まで、すべてこの違法ソフト販売で得た収入で賄っているという、「邪道」の極みを地でゆくような男です。

千葉君の場合、需要がありながら高額であるため、ユーザーがなかなか手が出せない特殊ソフトを専門に扱っている点で、かなり狡猾だといわざるをえません。しかも、自身で「warez」サイトまで運営しており、何の労力もなしに(といっても、サーバを開設するまでは、それ相応のエネルギーを費やしたわけですが)、商品として〝うまみ〟のあるソ

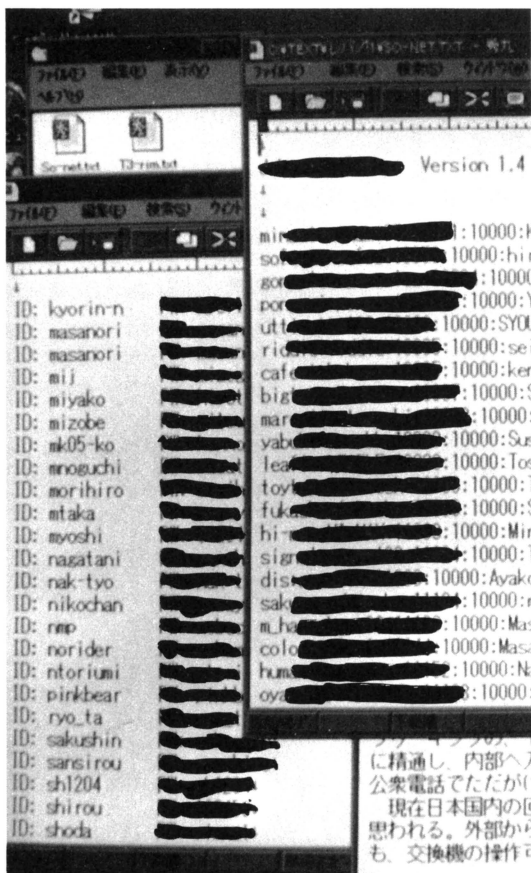
フトが集まってくるのです。

当然のことながら、こういった行為は違法であり、実行者が特定されれば、ソフト会社から刑事告訴や高額な損害賠償を請求されるのは確実です。これを読んでいる皆さんも、「そんなに儲かるなら……」と、自分でやろうなどという浅はかな考えは、持たないほうが賢明だと思います。

ただし、理由は何であれ、現実には彼のような「違法行為」を行なう人間がこの世界では後を絶たないというのも、また事実なのです。ネット社会の真実を知ってもらうためにも、今回、彼の「違法行為」の手口をここで公開することにします。

定価六百万円のCADソフト

千葉君がインターネットを始めたのはたかだか二年前の話です。当初は、アダルト画像を集めるなどの、どこにでもいる一般ユーザーでした。ネット・サーフィンにも飽きて、インターネットなどやめようと思っていた矢先に、一冊の本と出会いました。『さわやかインターネット』というタイトルのその本には、千葉君がそれまでその存在すら知らなかった「warez」のことが、事細かに記されていました。

半信半疑ながらも、彼はさっそく「warez」サイトへのアクセスを試みました。必死になって探し回った末に、あるサイトに辿り着いた彼は、そこで難なくソフトのダウンロードに成功するのです。これが、千葉君と「warez」の、そもそもの出会いです。

その後、しばらくは、こうした世界に興味本位で首を突っ込み、さまざまな市販ソフトのダウンロードを繰り返すのです。

ちなみに、この頃集めたソフトは、海外のゲームや、日本の18禁美少女ゲーム、ワープロ・ソフトの一太郎、「フォトショップ」などなど。さらに、「イラストレーター」で有名なアドビ社製品の最新バージョンや、まだ市販前の開発バージョン・ソフト（開発

者自身がばら撒いているとしか考えられない）なども、簡単に手に入ったといいます。

また、アメリカのサイトが中心だったため、扱うソフトももっぱら英語版でしたが、まれに日本語を勉強している学生などが、日本語用ソフトをアップする場合もあったりしました。不思議なことに、「warez」の世界では、日本の「美少女ゲーム」のカルト・ファンがけっこういて、これをやりたいがために日本語をわざわざ勉強している外国人が少なくないからです。

そんなある日こと。アメリカの某「warez」で、思いもよらぬソフトを発見したのです。それは、設計業務用ソフトであるCADソフトでした。

なにしろ、このCADソフトという代物は、高額なものだと六百万円もする超高級ソフトなのです。住宅やマンションなどの設計の際に使用される業務用ソフトで、普通のユーザーが使いこなせるまでになるには、かなりの時間と労力が必要となります。また、大変高額なこともあり、普通は、建設会社などの法人が設計業務を効率的に行なうために購入するきわめて専門性の高いソフトなのです。

ダウンロードに三カ月

なぜ千葉君が、このCADソフトのことを知っていたのかといえば、大学での専攻が建築であり、将来は設計事務所でも開設したいと、漠然とながら考えていたからです。が、さすがにこんな高額なソフトを手に入れることまでは、考えていませんでした。

なかでも千葉君がこのとき見つけたソフトは、とくに人気のある「Mastercom」（市販価格が五百万円）と呼ばれるソフトでした。

初めは目を疑ったそうです。

普通、この手の高価なソフトは、容量が大きく、一気にダウンロードをするとなると数十時間もかかってしまうため、いくつものファイルに分割されてアップされています。それを何回にも分けてダウンロードするのです。丸一日費やしてもダウンロードが完了しないため、毎日少しずつダウンロードをしていくというパターンが一般的です。しかも、あくまでも違法サイトであるため、昨日まであったサイトが今日は消去されているというケースもままあり、そういったときには、また別のサイトを探し回り、残りのファイルをダウンロードするといった手間がかかる作業を繰り返すわけです。

「Mastercom」の場合も、容量が一〇〇メガバイト近くもあり、やはり百近いファイル（通常は一ファイルに一メガバイトくらい）に分けてアップされていました。

千葉君の場合、初心者ということもあり、結局「Mastercom」のダウンロードをすべて完了させるまでに、三カ月もかかったそうです。ダウンロードを終えた後、ウィルスチェックを何回もして、ウィルスが入ってないことを確認しました。さすがに、確認のためソフトを起動し、それが動作するのを見たときは、心が高ぶったといいます。

この間にかかった費用は、電話料金四千八百円（月額千六百円でNTTがやっている、夜十一時から朝八時までは電話かけ放題の「テレホーダイサービス」三カ月分）と、多少の電

気料金のみ。三カ月の「労力」を除けば、約六千円で市販価格五百万円のソフトを手に入れてしまった計算になります。

ウェアーズ・サイト開設

以後しばらくは、CADソフトに狙いを定め、「warez」へのアクセスに明け暮れていたといいますが、さすがにレポートの提出や試験、図面の制作にアルバイト……と、多忙な学生生活を送る千葉君には、CADの「warez」を探し回る作業にも限界がありました。

しかも、〝レイマー〟と呼ばれる連中がいて、アップしてあるファイルを根こそぎ消去していくのです。せっかく欲しいソフトを見つけても、ダウンロードの最中にファイルを消去されるケースもありました。欲しいソフトを見つけても、その場でダウンロードをしなかったために、その後二度とお目にかかれないというソフトも少なくなかったのです。

そこで、千葉君が至った結論は、「いちいちインターネットで探すよりも、CAD専門の『warez』を自分で開いてしまうほうが、手っ取り早いのでは」ということでした。

自分で「warez」を開くということは、つまりは自分でインターネット上に交換場を開設するということです。といっても要は、「Windows95」の「SERV-U」と呼ばれているサーバを立ち上げさえすればいいのです。あとは、「今、CADソフトを集めています。当方、Mastercomあり」などといった文面にアドレスを添えて、「warez」関連の情報を開示しているホームページなどで表示をしておくだけの話です。もちろん、サーバの管理者やプロバイダに見つかれば、その場で消去されることも覚悟しなければなりません。

面白いことに、インターネット上では、こうした表示をすると、怪しい連中が必ずどこからともなくアクセスしてくるものなのです。

なかには、CADソフトなどに全然興味ない連中もいて、彼らの多くは、闇雲にソフトを収集しているマニアックなパソコン・ユーザーだったりします。しかも、その手の連中に限ってコレクションの数も膨大であり、自分の持っているソフトを提供するなどして、新しく「warez」サイトを始めようとする新参者に対して何かと協力的だったりするのです。

千葉君の場合も例外ではありませんでした。たとえば、こんなことがあったそうです。

始めたばかりの頃、まだ、交換用の手持ちのソフトのラインナップが少なかったときに、〝ドイツ在住という十四歳の少年が「そんなソフト数では、人は集まりません。可哀想なので少しアップしてあげます」というメールを送ってよこし、何の見返りなしに、十数本のCADソフトをアップしてくれたそうです。

交換場所を開設することを、俗に「サーバを開く」というのですが、サーバを開いてソフトのやりとりをする際には、そこに暗黙のルールが存在しています。

ソフトをダウンロードする前に、必ず自分の手持ちのソフトをアップロードしなくてはなりません。アップロードするソフト

の量に応じて、ダウンロードできる量が決まるのです。もっとも、普通は、ディスク一枚分のアップロードに対して、二枚から三枚のダウンロードというのが原則で、自分が与える量より、もらう量のほうが多いという良心的なルールなのです。

そのため、よっぽど貴重なソフトばかりを揃えるなら別ですが、自分がアップするソフト数が少なければ、それだけそのサイトはアクセスしてくる人間も少ないということです。逆に言えば、多ければ多いだけ、アクセス数も増え、相手がアップするソフト数もまた増えるということなのです。

一晩で千人のアクセス

幸運にも、前述したような協力者が何人も現われたこともあり、千葉君の目論見は短期間で見事に成功しました。夜十時にインターネットに接続を開始し、翌朝八時まではうっておくだけで、みるみるソフトが増えていったのです。多いときには、一晩で千人ものアクセスを記録したそうです。

というのも、そもそもCADソフト自体が特殊なソフトであり、それ専門の「warez」は、インターネット上ですら極端に数が少なかったのです。しかも、千葉君の場合、前述の「Mastercom」の存在がかなりの宣伝効果を生み、CADソフト本体はもとより、その付属ソフトも多数集まったといいます。

その結果、彼のサイトには世界中のCADソフト・コレクターが集中し、四、五カ月ほどで市場に出回っているCADソフトの七割方のソフトが集まりました。

もちろん、嫌がらせやトラブルもいくつかあったそうです。「CAD専門」を謳っているのに、まったく無関係なソフトばかりをアップロードする人間がいたため、一時接続を拒否したら、その日を境に日に五百件もの妨害が入ったのです。

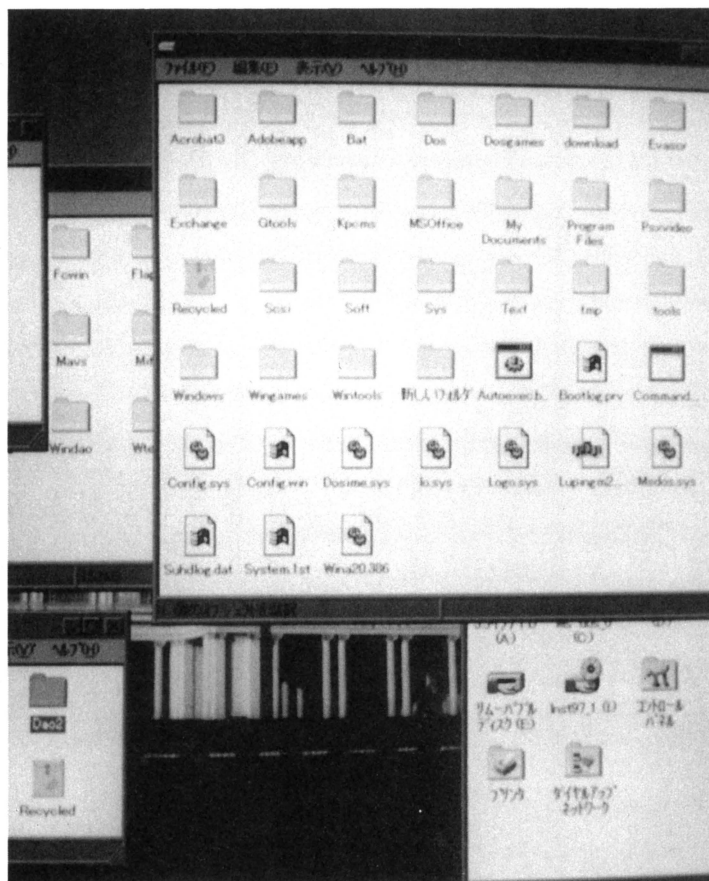
イタズラされるたびにパソコンの電源を入れ直すという面倒な作業を強いられ、挙句には、ほとぼりが冷めるまで一時サーバを停止させることを余儀なくされました。Windows95のサーバ・ソフトの場合、外部から進入し、フリーズを起こさせることが簡単にできるのです。インターネット上では、こういう輩が必ず出没するものです。

レイマーのイタズラも頻繁にありました。いちばん多いのが、千葉君がサーバの宣伝のために開いたホームページに侵入し、「Hentai Game Only」やら「All Free」やらの文面を書き込み、混乱させるというものです。

その半面、こんな面白いエピソードもあったそうです。あるトルコ人のユーザーが千葉君のもとへ、英語で書かれたメールをよこし、「貴方のCADソフト収集には感心するばかりです。使いこなす技術も相当なものでしょうね。ぜひ、わが社に社員として迎えたい。いかがですか？」などと、勧誘？してきたそうです（ちなみに、千葉君曰く、「いや、単に僕の持っているソフトを全部くれってことなんですよ」）。

また、お国柄というのでしょうか、サイトには〝Give And Take〟と書かれているにもかかわらず、「CADソフトがどうしても欲しい。ぜひ、タダでくれないか」と書かれたメールを毎日送ってよこしたしつこい中国人ユーザーもいたそうです。

意外なことに、日本人のCADコレクターも数人いて、英語版だけでなく日本語版ソフトも少なからずアップされるようになったといいます。

気がついてみたら、手元にあるCADソフトの数は百二十本、これらの市販価格を合計すれば、数千万円近い金額になります。

といっても、その頃の千葉君には、金銭的価値などといったことは、二の次でした。すでに、CADソフトに関する知識もハンパじゃなく、金額なんかよりも「使いやすさ」などのソフト自体の質のほうがよっぽど気になったといいます。ソフトの善し悪しを見極める目が、相当肥えていたのです。

考えてみれば、贅沢な話です。片や数百万円もの大金を出して手に入れるユーザー（もっとも大半は法人でしょうが）がいるというのに、タダで手に入れ、アレは使いづらい、コレはここの処理がイマイチなどと勝手なことを言っているのですから——。

おいしい商売

こうして、「warez」に没頭していたある日、たまたま、ごく親しい大学の友達数人に自分が集めたCADソフトのラインナップを見せたところ、こんな反応が返ってきました。

「すごいじゃない。でも、どうやって集めたんだ？」

千葉君は、周囲から質問責めに遭ったそうです。当然と言えば当然の話です。学生

の彼らには、絶対、手の届くことのない高額ソフトがずらっと並んでいたわけですから。

しかし、千葉君が賢かったのは、彼らに集め方を教えなかったことです。「知り合いから十万円で買った」とその場は取り繕ったのです。

ところが、後日、先の友人三人から、「十万で売ってくれ」との意外な依頼がありました。

「まあ、いいか」と思い、とりあえず、その三人から十万円ずつ受け取ると、その足で秋葉原に向かい、CD-R(パソコンでデータをCDに書き込む機械)をその日のうちに買って家で百二十本分をコピーし、一週間後には、しっかりモノ(このときは、「Mastercom」とその付属ソフトを数十本セットにして)を相手に手渡しました。

このときも、CD-Rが欲しいがための一時的な処置だったといいますが、一方で、「もしかして、これって商売になるかも?」という邪念が生まれてきたのも事実です。

以後、「商売」を念頭に置いたうえでの「warez」サーバの開設が中心になっていきます。テレホーダイ以外の時間帯にもサーバを立ち上げ、もっぱら希少価値のあるCADソフトに絞って収集に明け暮れました。自身のサーバの宣伝も、インターネット上でバンバンやり続けました。

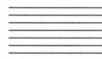
そして、こうした力の入った?運営が、結果的には、千葉君のサーバを、その世界で有名な存在にしてしまったのです。人気もうなぎ登り。大勢のファンがつき、「これからも頑張ってソフトを集めてください」などの励ましのメールや、「一回会いませんか?」などという〝お誘い〟メールも頻繁にくるようになりました。

なかには、こんなメールも届いたといいます。それは、アメリカの有名な「warez」チームから、「メンバーにならないか?」というお誘いのメールでした。ちょっぴり不安な気持ちもありましたが、ソフトが集まるのならということで、とりあえずはグループに参加することにしたそうです。

彼らのグループは、お互いのHDDの中身がダブらないように、定期的にソフトのやりとりを行なう「warez」サイトの運営者たちのグループだったそうです。

あまり気が進まなかったけれど自分が集めたCAD関係一式を渡したところ、ゲームや3D-CD関係のソフトで、やはり高額かつ希少なソフトが相当数、手に入ったのです。

こうして、「商品」となるソフトの「仕入れ」を完了すると、まもなく、千葉君は、本格的なアンダーグラウンド・ビジネスを展開し始めたのでした。

一カ月で五百万円!

大手パソコン通信やインターネット無料でホームページを開ける「www.tripod.com」――などを利用して、宣伝を開始しました。「CADソフト売ります」などといった露骨な文面は避け、あくまでも「CADあります」といった、わかる者にだけわかるようなメッセージを並べたのは言うまでもありません。

前述したように、千葉君が配布するCADソフトは、かなり専門的な知識を要するばかりか、いちばん普及しているものでもたかだか四万本程度という特殊なソフトで

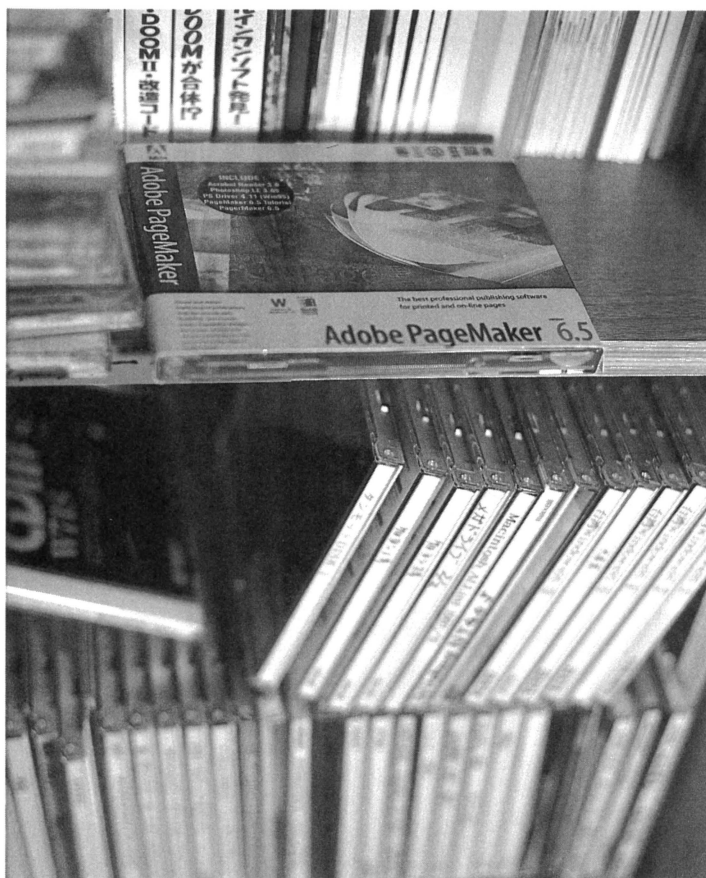
す。インターネット上に無数にある「warez」サイトでも、さすがにすぐには見つかりません。高額なソフトが多いため、まず一般の人には手が出せないわけですが、設計などの業務に携わる者にとっては、ぜひ一度は使ってみたい人気ソフトばかりなのです。

千葉君の場合、何種類かの「商品」を用意しましたが、やはり売れ筋は、先の「Master-com」とその付属ソフトである、プラグインファイルやモデリングソフトを数十本つけた五万円のものでした。市販価格は、なんと千五百万円にもなります。

販売の方法は、告知を見てメールをよこした相手に、商品リストをやはりメールで送り、現金書留による送金を確認した後に、現品であるCD-ROMを発送するというものです。もちろん、現金書留の送り先は、新宿にある私書箱を利用しました。

結果は、予想以上の儲けとなりました。まさに、生け簀の鯉のように入れ食い状態で、あれよあれよという間に彼の私書箱は現金書留の山となり、一カ月後には、なんと総額五百万円ものお金が転がり込んだそうです。しかも、これらはすべて無税です。

これまでは、苦労しながら学費を稼ぎ、昼食を削って貯めたお金でパソコンの部品を買ったりしていた貧乏学生だった千葉君にとっては、これは思いもよらぬ出来事でした。

今まで買えなかった服を買いあさり、図面を打ち出す際に使う高価なプロッタープリンタを購入し、趣味でやっていたクラブ

系DJの練習用機材に、信じられないほどのお金をかけたといいます。しかも、それだけ浪費してもなお、お金は余るばかりで、かなりの金額のお金を毎月貯金することが可能になりました。銀行などに預けると目立つため、いわゆるタンス預金といわれる方法をとったのは言うまでもありません。

サポート・ビジネス

千葉君のところには、その後も、注文がひっきりなしに入ってきました。

あまりの反響に、少々、気味悪くなった千葉君は、しばらくすると商売のやり方も考えるようになりました。ただ闇雲に売るのではなく、会員制にして、ある一定の顧客に対してのみ、新しいソフトが入った段階でメールを出し、新規の商品を買ってもらうというものです。いわば、会員に向けてのサポート的な商売の展開を考えたわけです。この場合のサポートとは、つまり、こういうことです。

千葉君がこれまで提供した「Mastercom」などのCADソフトは、単体だと面倒な処理がたくさんあり、よっぽどの専門知識がないと、実際は一〇〇%使いこなせない。そこで、別売の付属ソフト(前述のプラグインファイルなど。CAD本体に対して、無数の付属ソフトがある)を定期的に提供してやろうと考えたのです。

専門的な計算なども比較的楽になるこの手の補助ソフトは、下は市販価格三万円から上は五十万円もする、意外と高価なソフトです。しかし、これがあるとないとでは、CADソフトの操作にかかる手間が大違いであるため、ソフト本体を持っている人間なら誰でも欲しがる代物なのです。したがって、これを定期的に会員に売りさばくだけでも、充分商売が可能と思ったわけです。

まずは、これまでの顧客を整理して、パソコンで顧客名簿を作り、定期的にインターネットのEメールを利用しての〝ダイレクトメール〟を開始しました。結果的に、千葉君の顧客としてリストアップされた人間の数は百十二人ほど。彼らには、新たな付属ソフトが手に入り、ある程度の数がまとまった段階で、ディスク一枚三~五万円程度(ソフト数は十個程度、市販価格は総額百万円ほど)の値段をつけて、新商品として告知するのです。一回の配布で、仮に半数の五十人が買ったとしても、この時点で、百五十~二百五十万円が、千葉君の懐に入ってくる計算になります。これを年に数回行なうわけです。

こうしたDM販売によって、顧客にも共犯者意識が芽生えたのでしょう。「これなら、絶対に警察に、ばれる心配もありません」と本人が言うほどの、信頼関係と絆が両者の間に生まれたといいます。

その結果、「お客さん」と一緒に飲みに行く機会も、たまに生じるようになったといいます。顧客のなかには、某大手建設会社の部長もいて、「そんなにCADのことに詳しいなら、私たちの会社に来ませんか?」などと、就職の誘いを受けたこともあったほどです。まさに「warez」様々です。そして、こうした顧客との友好関係は今もなお継続中なのです。顧客からのクレームは、ほとんどなく、商売は今のところ、滞りなく進んでいるということでした。

現代版"ねずみ小僧"!?

……以上が、千葉君の行なった地下ビジネスの概要です。

ところで、彼が、短期間でこうした「わらしべ長者」になれたのは、もちろん運もあったのでしょうが、実はいくつかの巧妙かつ狡猾な仕掛けが施されていたからです。

まず、「商品の仕入れ」――なぜ、これほど希少なソフトが簡単に集まったのか。その理由はこういうことです。

彼が運営する「warez」の、最大のウリは、前述したようにめったにお目にかかれない「Mastercom」という高額なCADソフトでした。ただし、これをあくまでも宣伝材料としてのみ利用したのです。

どういうことかというと――容量が一〇〇メガバイトもあるこの手のソフトは、前述したように、複数のファイルに分けてアップし、相手にダウンロードをやりやすくしてやるのが一般的なやり方です。しかし、千葉君は、一つのファイルにまとめてアップしたのです。これをそのままダウンロー

ドするとなると、莫大な時間を要します。つまり、事実上はダウンロードが不可能なのです。

アクセスした人間はしかたなく、「Mastercom」本体のダウンロードを諦め、同時にアップされているプラグインファイルやモデリングソフトなどの付属ファイル（もちろんこれらも希少ですが）をダウンロードしていくのです。

といっても、これも前述したように、ダウンロードするには、まず自分が所持しているソフトをアップしなくてはいけません。しかも、サーバにアップされているものと同じ品をアップするわけにはいかないので、相手はそこにないソフトをアップしていきます。その結果、千葉君のサーバには徐々に新しいファイルが増えていくというわけです。

こうして手に入れた付属ソフトを、「サポート商品」と称して会員向けに定期的に有料で配布するのです。

「Mastercom」を持っている人間は、黙っていても、プラグインファイルなどの周辺ソフトを欲しがるものです。しかし、市販のものはそこそこの値段です。加えて、特殊ソフトであるためショップで探して集めるとなると、けっこう手間もかかるのです。専門店に足を運んで予約注文し、一カ月くらいしてようやく手に入る代物なのです。ならば、値段はバカ安で、しかも、申し込んでから二、三日で商品が届く千葉君のところで、買いたくなるのも、理解できないこともありません。

同時に、千葉君が独自に作った日本語のマニュアルも、有料で配布します。日本語マニュアルは本物を買わないと手に入りません。一太郎やエクセルなどの大衆商品と違って、その解説本もほとんど本屋には置いてないため、会員にとっては、まさに「かゆいところに手が届く」ほどのサポートなのです。

また、これは商売上の鉄則らしいのですが、「warez」仲間には、めったやたらに自分の商品をコピーしてあげないということを千葉君は徹底させているようです。下手に渡すと、それをまた商売に結びつける輩が、この世界にはけっこう多いからです。同業者はなるたけ少ないほうが、結果的には自分の儲けにつながるのです。オフ会などで、こうした連中とちょくちょく情報交換をしますが、そのときよく、「CADソフトを分けてくれないか？」と言われるそうですが、千葉君は「あれは僕ひとりでやってるわけじゃないから、こっそりあげるってわけにはいかない」と、相手を煙に巻くのです。

千葉君の「ビジネス」は、一見場当たり的に展開しているようで、実はこうした綿密な計算のもとに行なわれていたのです。

もちろん、千葉君の一連の行為は、れっきとした違法行為です。発覚すれば、それなりの処罰が待っています。

ただし、パソコン・ユーザーのひとりとして、あえて言わせてもらえば、やはり市販ソフトの値段は高すぎると思います。有料とはいえ、市販価格の百分の一以下の値段で利用者に配布する千葉君は、ユーザー側にしてみれば、現代の「ねずみ小僧」というのが、正直なところじゃないでしょうか。

情報〃裏読み〃講座

あなたの身の回りにある「怪しい情報」の見つけ方、教えます

「世の中にオイシイ話は転がっていない」というが、これは半分は正しくて、半分は間違っている

ウラジミール(フリーライター)

「世の中にオイシイ話は転がっていない」とはよくいわれる。これは半分正しく、半分間違っているということは、アヤしい商売出身者、または現役の方なら実感としておわかりになるであろう。

海賊ビジネス(ここでいう「海賊」とは、なにも違法コピーの訳語“piracy”には限らない)予備軍、またはアヤしい商売に関して門外漢であろうと思われる世間一般の皆様にとって、需要のある商品を見つけ出すことや販売ルートの開拓、そして換金の具体的な方法は謎に包まれた感があるのかもしれない。裏でヤクザ屋さんが動いているのではないか、警察とグルなのか……大切な発想力を、なにもそこまで飛躍させる必要はない。

まずは、夕刊タブロイド紙の広告欄を愛読してみる。東京地方に限らせていただけば、日刊ゲンダイ、夕刊フジ、そして大御所の内外タイムスなどが挙げられる。そこには海賊ビジネスに関する、ほとんどすべてのイケない情報、または情報を得る手がかりが網羅されているはずだ。

いわゆる「私設私書箱」の類はおろか、さらに巧妙な演出には欠かせない「貸電話・電話転送サービス」などもこれら夕刊タブロイド紙の広告欄には目白押しである。

ちなみに地方都市などにそのような「事務所」を構える場合は、普通は電話帳で「秘書代行」または「代行秘書」で調べるのが手っ取り早い。

海賊ビジネスを行う輩にとって、夕刊タブロイド紙の広告情報はなにも小道具を得る手段だけに使えるのではない。一目瞭然だが、そこにはこれら小道具を駆使したアヤしい商売の模範例も目白押しである。

しかし、だ。それらの広告を真に受けて「得をしよう」などとは考えないほうが身のためであることを忠告しよう。

かの落合信彦氏も言っておられるではないか。来るべき世界の大きな変動を予測するのには、なにも限られた人間だけが利用できる機密情報がなければ不可能、などということはないのだ。

大手新聞の国際欄の、ほとんど誰の目も引かないようなベタ記事、たとえばゴラン高原で起きた小さな地域紛争やら、どこかの新興国で議長が解任されたとか……が公開されていて、しかも目立たない情報を取捨選択し、経験と勘を働かせた「はめ絵パズル遊び」をすることで、世界の裏側が見えてくる。モサドの世界戦略だけでなく、アヤしい商売の世界も同様なのだ。

情報のウラ・オモテ

公開されている情報を比較参照することでそのビジネスの実態が見えてくる、くだらない例を一つ

ご紹介しよう。

女性向け風俗アルバイト情報誌……たとえば『★★★★』などをご覧になったことがあるだろうか。少女マンガのイラストで飾られた、こんな広告を見つけるのはたやすいであろう。

「日給一万円保障。平均日給三万円！ 貴女のガンバリがお給料にすぐ反映するんです！ 歌が歌えなくてもだいじょうぶ。お酒が飲めなくてもダイジョウブ。若い女の子だけのお店だから初めての方も安心！ 夜遅くなる場合は車でスタッフが送ります。お客さんはカッコいい男の子ばかりだから、ムフフなお給料をもらいながらステキな彼氏だってデキちゃうかもよ♡」

……こんな文面は、地方の女子高を出たばかりのウブな短大生の心をくすぐってやまないのかもしれない。

上記の広告文は私がいま適当に書いたものではあるが、類似の広告を見つけたらまず電話番号を控えてみる。この際、店名は無視する。電話番号とだいたいの住所(明確に記載されていないものも多数ある)をチェックしておく。

風俗店では女子従業員募集電話とその他の業務電話を分けているのが普通だが、にわか風俗店では電話を一回線しか敷設していない場合もある。男性向け風俗誌、あるいは風俗広告に強い内外タイムスなどをつぶさに見てみよう。

もしかしたら、上記の女の子向け広告とは異なる店名の、しかし同じ電話番号を持つ風俗店を見つけられるかもしれない。

そこには

「股間大爆発・獣道一直線！ アナルリップ六十分一本勝負！ 女の子はいじり放題ナメ放題！ 液モレしそうなアナタ！ 今日もドピャ〜ッと大放出！ ドリルアナル舐めのキョ〜レツな刺激が貴方をゼッタイ昇天させます！」

などと、蛋白質がにじみ出るような変態ハゲおやじ的感性の広告文(自分で書いてて吐き気がしてきた)を見つけられるかもしれない。

出版物や放送などの公開情報は真に受けすぎてもいけないし、軽

視してもいけないのである。
以下は、主に電子メールにおける「おいしい金儲け」情報として広く公開?されているものである。信憑性の希薄なことおびただしいのであるが、これにちょっとひねりを加えると危険なモノにさえなりかねない。読者諸兄はくれぐれも実行はおろか、このような違法行為で夢を見ないでいただきたいものである。

ネズミ講メール

相変わらずインターネット花盛りである。これをお読みになっている方のなかでも、電子メールを日常の連絡手段として活用されている方もたくさんいらっしゃるであろう。

そんななかで一度や二度、いわゆる「ネズミ講メール」を受け取ったことのある人はかなりいらっしゃると想像する。ご存じでない方のために簡単に説明すると、このメールには説明文と、重複しない五人の氏名や住所が記載されている。これら五人には優先順位があり、リストのいちばん上の名前は一位、最後が五位である。

説明文には、明らかに嘘とわかる類の「儲かりました」的体験談が延々と語られる。そしてまず一位の人に現金千円（テレカ、というのもある）と、「あなたの計画に賛同しますので私をリストに加えてください」との一文を添えて郵送せよ、とある。これによってこのビジネスは法に触れないものとなる、という事実無根の説明付きだ。現金を郵送し終えたならば次に、「二位を一位に、三位を二位に、リストの順位を一つずつ上に繰り上げ、空欄となった五位に自分の住所、氏名を書き添えて、できるだけ多くの人にメールするか、または掲示板に書き込もう！　正直がこのプログラムを成功させるのだ！」という、読み手を煽りながら丁寧に方法を解説したものである。

単純に考えて、ひとりが説明どおりに送金してリストを書き換え、新たなメールを十人に送信する……受け取った十人はそれぞれが送金してリストを書き換え、ひとりひとりがまた十人に送信すれば、このプログラムは十回目にして世界人口を軽々と突破してしまう（十の十乗……百億）。

ましてや電子メール利用者の総人口は世界人口より断然少ない。送信先が重複して当然である。かくてこのおびただしい「ネズミ講メール」はネットの中にスパミング・メールの嵐を呼ぶことになる。

しかし、だ。そう考えてこの「プログラム」メールを捨ててしまうのは非常にもったいないのだ。

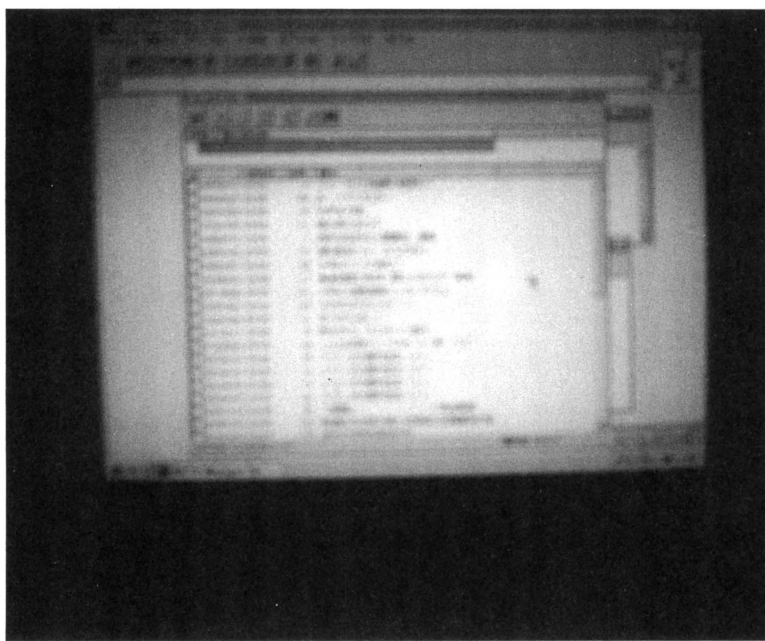
誕生日ウェブ

マックユーザーなら、シェアウエアを入手できるサイト（Info-Macなど）で、"EmailAddress Finder"をダウンロードする。簡単に言えばこれは、あるテキストの中に書かれたすべての電子メールアドレスだけを抜き出し、列挙してくれるソフトだ。「そんなモノに何の意味があるのか」などと侮ってはいけない。電子メールでDMを出すための名簿作りに、これは欠かせないソフトなのだ。

ネット上には奇特な人がいる。純粋な善意から、同じ誕生日を持つ世界中の人々を祝福すべく作られた「誕生日ウェブ」というものがある。ここには、一年三百六十五日、それぞれ毎日の誕生日を同じくする人たちが名前を連ねている。一月一日も、八月十六日も……年間を通して、ほぼ一万二千人前後の登録数だ。また一年に二回の誕生日を持つ人はまずいないだろう。ということは……少なめにみても四百万人の重複しないメールアドレスが、この誕生日ウェブだけで頂けてしまう計算になる。この膨大なメールアドレスを、"EmailAddress Finder"で書き出すのである。

世の中にはダマされやすい人がいるはずだ。そういう人たちが、たとえ百人に一人でもいい。四百万人の一%は四万人、さらに「話半分」として二万人である。この人たちを「有効数」として、「たった千円を送金することでアナタも寝ながらお金持ちに！」などという前記ネズミ講メールを……ここがミソなのだが……リストの「い

ちばん上の住所、氏名」を、あらかじめ自分が用意した私設私書箱の住所、氏名に書き換えて送信したら、いったいどうなるであろう？

さらには、一位～五位までの住所、氏名をすべて「それぞれ別に用意した私設私書箱の名義」に書き換えて送ったら……。

この手口は、あるいはすでに実行されているのかもしれない。少額とはいえ、夢を見た代償としての被害者の数は、私たちの常識的な想像をひょっとしたら上回ってしまう恐れがある。筆者の知る限り、主に十代の無垢な学生ネッターは一度はこのネズミ講メールを本気にしている傾向があるようだ。これは犯罪だ。注意してほしい。

無料転送サービス

もちろん、メールアドレスは多ければ多いほど有効だ。メーリングリストにWHOコマンドを送信する以外にも、日本にも誕生日ウェブと類似したページは存在するし、掲示板、ゲストブックなどあらゆる「電子メールアドレスが書かれていると思われるページ」をまわって見れば、メールアドレスの収集がそれほど困難でないことがわかるであろう。

いちばん効率よく「本物の電子メールアドレス」が集められるのは――これは若干、資金がかかることなのだが――よく見かける「無料転送メールサービス」を自分で始めてしまうことなのだ。これには膨大な負荷に耐えうるサーバーと、高速な回線が不可欠であることは言うまでもない。

にもかかわらず、無料転送メールサービス登録ページの閲覧数はかなりのものになるであろうし、広告収入も期待できる。インターネット関連会社がここに目をつけるのは間違いではないであろう。

しかし、無料転送メールサービスを提供することのいちばんの「役得」は、つまり「本物の（転送を経由しない）、生きたメールアドレス」が労せず大量に入手できてしまうことにもあるのは事実だ。

無料転送メールサービスを提供する業者には純粋な善意で行なっているところもたくさんあるだろう。

しかしご用心。たとえ「匿名で」申し込もうとも、無料サービスにむやみに登録することで、あなたの電子メールアドレスはDM業者の「弾」にされている可能性は充分にあるのだ。

違法コンピュータ・ソフト販売業者列伝

僕の、注目すべき「コピー屋さん」たちとの出会い

今から十数年前。日本のコンピュータ黎明期に名を馳せたコピーソフト業者たちの、今や伝説と化したはちゃめちゃコピー哲学

―クーロン黒沢（フリーライター）

まだ、パソコンがマイコンと呼ばれていた一九八四年。その頃の秋葉原は、現在と比較にならないくらい、かなりアナーキーな街だった。

今では涼しい顔をして、デカいショールームを構えているアノ店やコノ店も、当時の主力商品は大きい声では宣伝できないようなものばかり。なにを隠そう、パソコンの海賊版である。

その頃、世界のパソコン市場は、ほぼアップル社の8ビットパソコン「アップルII」が支配しているといってよかった。アップルIIには、毎日のように、さまざまな種類の面白そうなソフトが発売され、パソコン少年にとってはまさにフェラーリのようなマシンなのであったが、フェラーリほどではないにしろ、マシンの値段はバカみたいに高かった。

そこで、マニアたちがアップルIIの中味をすべて解析して中のチップをコピーした、ニセアップルが時期を置かずして出現。秋葉原界隈で密かに販売され、好評のうちに売れて売れて売れまくった。

本物と比べるとチップの集積度が低いため、大きさは本物の一・五〜二倍とバカでかいが、なにせ安い。しまいにはニセモノのアップルに貼るための「PINEAPPLE」という冗談エンブレムまで売り出されるほどであった。

パソコンまで涼しい顔してコピーしていた時代に、ソフトの違法コピーに罪悪感を抱く奴がどれだけいたか、少し考えるだけで、当時のコピー氾濫ぶりが窺えるというものである。

伝説の海賊版業者・マーさん

この当時、東京の繁華街には、知る人ぞ知るコピーショップが無数に、だがひっそりと生息していた。そのなかでも秋葉原と池袋にあった二店は、店主と客層と店内の雰囲気が、共にそれぞれ尋常ではないことで、今でもマニアたちの語り草になっているほど。

台湾からやってきた、小太りでメガネをかけた謎の中年男・ミスター馬（マー）が経営する「マーズ・マーケティングカンパニー」は、アップル、IBM-PC用の輸入ソフトを専門に扱うお店だが、カンパニーとは名ばかりのモグリ会社で、扱う品も全部台湾製造の海賊版をさらにコピーした二重コピー品。

そんなとんでもない店が、ある日突然、秋葉原の某雑居ビル二階にある、運の悪い海外ゲームソフト輸入店の真向かいに、竜巻のように店を開いた。

店主の馬は、真向かいの店で一万円で売られている輸入ゲームソフトの海賊版を台湾から取り寄せると、店内のパソコンでコピーしまくり、「ハイ、ウチのが安いヨ」と囁きながらコピーしたフロッピ

ーを三千円で売りさばき、マニュアルが欲しいという客には、コピーしたマニュアルをグラムあたりいくらの秤売りまでしていた。

自分の店の真ん前で、同じ商品の海賊版を三分の一の値段で売られたら、まったく商売にも何もなりゃしない。この不幸なお店は後に同じビルの六階に移動するが、移動した後もコピー屋と間違われ、間違えて入ってきた怪しげな中国人や国籍不明の謎の外国人たちから、「アノウ、マーさんのミセ、ココデスカ?」などと、けったくそ悪い質問を何度も浴びせられる不幸を背負い続けた。

そう、都合の悪いときだけ日本語の喋れなくなる馬の店には、日々モラルのない日本人も数多く訪れたが、それにも増して得体の知れない中国人、フィリピン人、ドイツ人、アメリカ人など、国際色豊かな客が絶えず、さらに恐ろしいのは、それぞれの客に、馬がそれぞれの母国語で応対していることだった。噂では日本語を入れて四カ国語以上喋れるらしかった。

二年間で二億円

この馬という男、語学の才能はともかくとして、その思考ルーチンは常軌を逸していた。顔馴染みの常連客に突然、個別の合言葉を与え、その後は店に入るたびに、

「パッパスワード、ドウゾ!」

と叫んでみたり、ファミコンのROMカセットをコピーする機械を手にするや、何を思ったか京都の任天堂までわざわざ出向いて、一緒に手を組もうと迫って三秒で追い返されたり、彼のエピソードを並べていたら(面白いかどうかはともかく)、本が一冊書けてしまうほど。

至って平和そうな話だが、もともと店の存在自体が非合法そのものなのに、調子に乗ってパソコン雑誌に広告を載せ始めたあたりから、だんだんと追及の手が伸び始め、IBMからの圧力もあって、何度か馬社長自ら、万世橋警察署で任意の取り調べを受けるまでになった。

このときも馬は、自己中心的な中国人らしく、のらりくらりと刑事の追及をかわし、店に戻るや大きな模造紙に汚い字で、警察から受けた(と本人が主張する)暴力や暴言の数々を書き綴り、日本の警

察を大いに非難した即席壁新聞を店の前に貼り出したのだ。ちなみに、これが警察をさらに刺激して、ついに逮捕に至ってしまうのであった。

「ついに馬社長逮捕！」

二年間で二億円を稼いだといわれる男だけあって、各テレビ局のニュースや新聞でも大きく報じられ、フジテレビでは特番まで組んで、馬社長の中途半端な日本語の演説まで流す始末。これで一件落着かと思いきや、やはり血は争えぬもの。今まではレジの金をくすねては、ワケのわからない上海女に貢いだのがバレて馬にこっぴどく叱られていたドラ息子が、押収を免れた在庫の海賊ソフトをかき集め、翌日から店を再開していたのである。だがそれも長続きせず、悪の根源のような店は、ようやくその息の根を止められることとなった。

だが、馬社長は往生際の悪い男だった。逮捕されるや、その場で黙々と働いていたアルバイトの日本人青年を指差し、

「ワタシシラナイ、コノヒトに雇われてイタダケヨ、カゲの社長はコイツヨ！」

と、とんでもない言いがかりをつけて罪をなすりつけようとムダにあがくが、ついに有罪を宣告されて、台湾に送り返された。ただ、儲けた金はすべて台湾に移動済みだったらしく、今ではその頃の儲けで高雄にビルを建てたとのことだ。

国産ピーコソフトなら池袋、――の時代

輸入物の海賊版が秋葉原の「マーズ」なら、国産のコピーソフトは池袋がメッカである。なにせ当時（十二〜十三年前）の池袋には、同じブロックにレンタルソフト屋が三軒もあったほどだった。

通常、パソコンのレンタルソフト屋で、ソフトだけ借りる馬鹿はめったにいない。たいていは店の隅にさりげなく置かれた「コピーツール」と呼ばれる、コピー防止プロテクトのかけられたソフトを強引にコピーするための専用ソフトと一緒に借りて、自宅でシコシコとコピーしてから返すというのが、常識的なレンタルソフト屋の利用法である。

だったらその場でコピーして売ったほうが、客も店も面倒くさくなくていいよね……と誰が言い出したかは知らないが、池袋にあった三つのレンタルソフト店のうち、一軒は現在に至るまで、まともにレンタルだけを行ない続けているが、あとの二店はまもなく安易な海賊版販売に走ってしまうのであった。

ちなみにその二軒のうち、一つはウソのような本当の話、火事で全焼してしまい、残った海賊版屋は、池袋駅東口の風俗街はずれに位置する「アイショップ」というお店。

何を隠そう、わたしは中学生にしてここの常連になり、終末期には半分店員のような存在にまで落ちぶれていたのだった。神よ、許したまえ。アーメン。

「アイショップ」は、場末の狭苦しいワンルームマンションの一室にあり、店長は四十歳を過ぎてるくせに、ときどき遊びに来る母親らしい老婆から小遣いをもらっている出っ歯の情けない男で、『ゲゲゲの鬼太郎』に出てくるネズミ男に顔がそっくりなことから、陰では皆からネズミ親父と呼ばれていた。

ネズミ親父は最初、純粋なレンタルだけを旗印に店をオープンしたが、持ち前のサービス精神からか、二日も経たずに一本五百円でコピーサービスを始め、そのうちオリジナルのソフトなど一本もない、海賊版だけのコピー屋と化してしまった。

その頃、ネズミ親父の店には、一台四万円もする最強と呼ばれた専用ハードウェア付きコピーツール、その名も「アインシュタイン」が鎮座しており、これでコピれないソフトはないといわれていた。

アインシュタインの御利益からか、開店まもなくアイショップは、どこから噂を聞きつけてきたのか、常に部屋に入りきれないほどのモラルなしクズ野郎で埋まるようになり、入れない奴が外でコピーの順番待ちをするまでに繁盛しまくっていた。

……と、無敵に思われたアイン

シュタインだが、プロテクトの世界は所詮イタチごっこ。じきに「アイン殺し」と呼ばれる新手のプロテクトが開発されると、またしてもアインシュタインに接続して使う「まむしの執念」なる、リモコン付きのハードウェアが登場した。

　これは、データを書き込んだときのドライブの回転数を測定した後、手元のツマミで同じ回転数を再現して書き込むというなんだかよくわからない原理で、コピーはできるが馬鹿みたいに時間がかかり、ヘタするとクソゲー一枚コピーするのに二十分近くかかるという、とんでもない代物だった。

常連たちとのくされ縁

「アイショップ」末期、店の鍵を預かるまでに成長したわたしだったが、店の奥からネズミ親父秘蔵のロリコン写真集を大量に見つけてしまったり、アメリカ製のマイナーなパソコンに環境を移し、それまで持っていた国産マシンを売ってしまったことから、そろそろネズミ親父に見切りをつける時期だと決心し、以後、自然と足が遠退いたが、わたしが避けるまでもなく、末期の「アイショップ」は客が必要以上に増えすぎ、捕まってもなお豪気な台湾人の馬社長とは違って、やたらと警察の摘発を恐れるネズミ親父のガマンも限界に達し、ある朝突然、店を閉めてどこかに雲隠れしてしまったらしい。

　客のほとんどは中高生だったが、そのなかには以降、道を踏みはずしてフリーカーとして電話のタダがけに命を懸けるようになったり、犯罪スレスレのハッキングをするようになった実力派も数多く存在する。

　わたしの交友関係のなかにいるソノ手の人物の多くは、この時代にネズミ親父の店を媒体に知り合った連中がほとんどだ。

　ネズミ親父はマンガのように消え去ってしまったものの、腐りきった青春時代の思い出と黒い常連たちとのくされ縁は、これからも永遠に残り続けることだろう。いい加減忘れたいんだけど。

PART 4

音楽CD&ビデオ

海賊盤の世界

僕は僕なりに、ルールを守ってやっているつもりなんですよ

ジミー・ペイジ、ミック・ジャガー、ボブ・ディラン……。有名アーティストの来店時の写真が店内にこれでもかと並ぶ。世界で最も有名なブートレッグ店々長・山岸氏の、「僕がブートを売る理由」

山岸輝昭（「ブルームーン」店長）
取材・文▼**今拓海**

西新宿。英語のガイドブックにも掲載されている世界最大の音楽ブートレッグの街である。九〇年代初頭、この界隈には五十軒近いブートレッグCDやビデオを扱う店が存在した。現在は客の厳しい淘汰に遭い、その数も二十軒ほどに減少しているが、景気のよかった時代から、常に西新宿の中で異彩を放ち続けている店がある。その名は「ブルームーン」。経営するのは山岸輝昭氏、四十一歳。

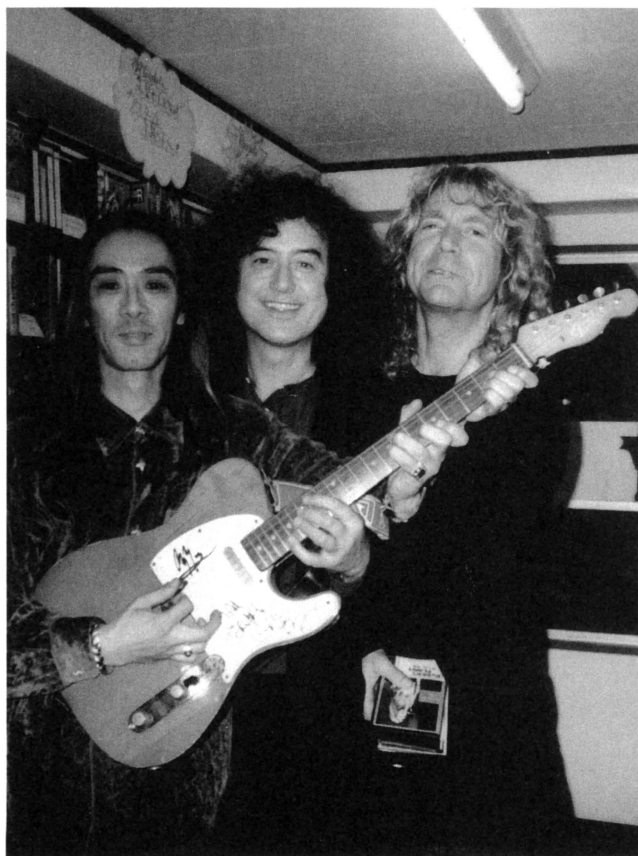
この店に初めて足を踏み入れた洋楽ファンは、誰でも腰を抜かすほど驚くにちがいない。

何に？　商品に？　いや、すでにあらゆる音源、映像が出尽くしたといわれている世紀末ブートレッグの世界、今さら何が出てきたところで、ファンは驚きはしないだろう。それよりも皆の目を捕らえて話さないのは、十畳ほどの縦長の店内に飾られた写真の数々だ。CDやビデオの棚の隙間から大きく自己顕示をしている写真には、世界的に有名なミュージシャンたちが、山岸氏とニッコリと肩を組みポーズをとった姿が写っているのだ。ブートレッグを扱う山岸氏とは、まさに「敵対関係にあると思われている」（山岸談）間柄であるにもかかわらず、にだ。

来店者の顔ぶれ

そのミュージシャンたちとは、元レッド・ツェッペリンのジミー・ペイジとロバート・プラント、ロッド・スチュワートに、七〇年代フェイセズの同僚だったイアン・マクレガン、女性シンガーソングライターのジョニ・ミッチェル、ブルースの大御所バデ

ィ・ガイ、さらにミック・ジャガー、キース・リチャーズ、ロン・ウッドというローリング・ストーンズのメンバー、無愛想なドラムスのチャーリー・ワッツさえも一緒だ。また写真嫌いで知られるボブ・ディランもいる。

ベテランだけではない。元ザ・ジャムのポール・ウェラー、レッド・ホット・チリペッパーズ、ベックといった中堅、若手のミュージシャンの顔も見える。極めつけは影のビートルズといわれた英ＥＭＩの名プロデューサー、ジョージ・マーチン……。

ロバート・プラント、ジミー・ペイジと店内にて（94年）

ついウンザリするほど名前を挙げてしまったが、洋楽ファンでなくとも、このメンバーたちがいかに有名な人間かはわかっていただけるはずである。おそらくニューヨークやロンドンのハード・ロック・カフェであっても、こんな錚々たる連中の来店を経験していないのではないだろうか。

十月某日、インタビューを受けてくれた山岸氏に、当然最初に聞いたのは、ミュージシャンとの交遊についてだった。普通の音楽ファンにしてみれば、前記のような有名ミュージシャンのひとりとでも記念写真が撮れれば、まさに一生の宝ものだ。それが次から次へとこんな豪華ミュージシャンたちと、いったいどうやって？

「たまたまですよ。こんなに有名ミュージシャンに会うことができたのは。人間関係なんて、きっかけが一つあればどんどん広がっていってしまうじゃないですか。僕の場合、そんなラッキーが続いているんじゃないですか。本当、行き当たりばったり。決め手はないんですよ。

今となってはいったい誰とのつきあいが最初だったのか、よく覚えていないけど、

もともとはミュージシャン本人よりも、オフィスの人間とつきあううちにこうなっちゃったかなという感じなんです。だけど、たとえばローリング・ストーンズの場合、最初にミュージシャン本人に会った。それもキース・リチャーズ。今から十年ほど前、キースが初めてのソロツアーをアメリカで行なったときなんです。ちょうど僕もアメリカに行っていて、ホテルでバッタリ出会うことができた。そのとき、ギターにサインをしてもらったのをよく覚えています。それで初めてストーンズが日本に来たときも、その際の関係者を通じて再会することができた。

また別のストーンズのマネジメント関係者と会っていたら、今度は『これからミック・ジャガーに会うけど、おまえも来いよ』って感じで呼ばれたりとかね」

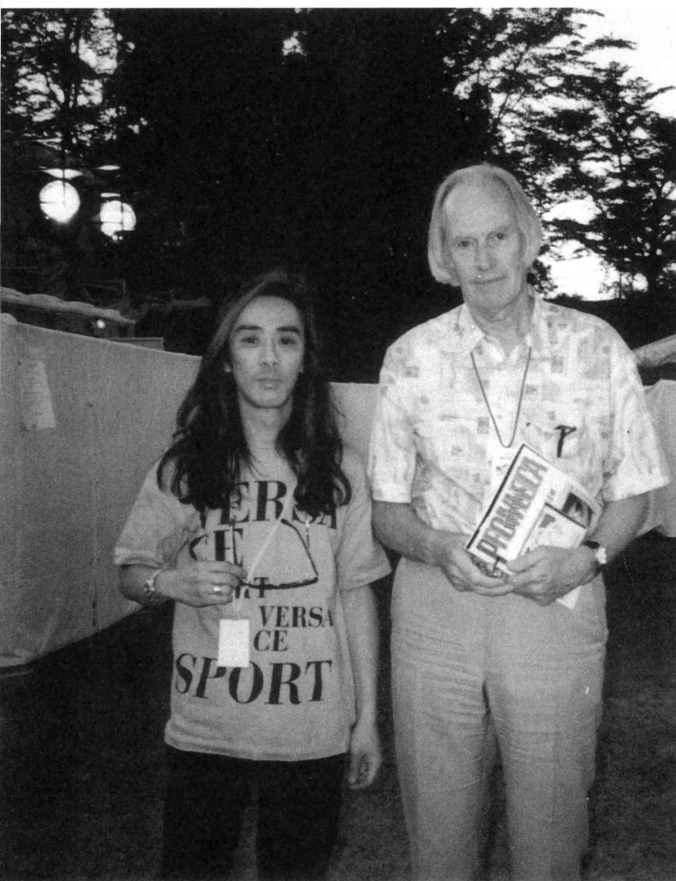
山岸氏は別に意気がるわけでもなく、さらりとした調子でこう語り出した。正直なところ、〝ホテルでバッタリ、キースに出会えた〟なんて、そんな話、にわかには信じられない。だが、世界中で山岸氏のような人間は他にはいないのだ。ならばここは山岸氏の話を、そのまま伝えるのが最善の手だろう。

Mr.ブートレッグ

「以来、少しずつストーンズのメンバーとも会えるようになって、来日公演のときには、バックステージに入れてもらうこともあったりしました。ロン・ウッドは僕のこと冗談めかしてミスター・ブートレッグと呼びますよ。もちろん僕の店の商品を知っているから。

だけど一般にミュージシャンと僕のような仕事をしている人間は、敵対関係にあるように思われるかもしれませんけど、ところが実はそうでもないのかもしれません。というのもこの仕事をしているからこそ会えたミュージシャンも多いんですよ。

ジミー・ペイジとロバート・プラントの場合は、二人とも僕の店の商品に関心があって、店にやってくるようになったんです。最初は九四年、彼らがレッド・ツェッペリン解散以来、初めて一緒にレコーディングをして、プロモーションのために来日した。その際にうちに来たんですけど、実は彼らが記者会見をやっている現場から、関係者が僕のところに直接連絡をとってきたんです。『これから行くぞ、いいか』ってね。すると本当に記者会見の場所から僕の店にまっすぐやってきた。こっちはあわててシャッターを閉めて、二人のために臨時休業ですよ。二人ともうちのCDやビデオの品揃えを見て、面白がっていましたよ。当人たちでさえすでに忘れてしまっているような自分たちの昔のコンサートの映像や音がいっぱいあるわけですからね。結局、二人でダンボール三箱分くらいのCDやビデオを持って帰りました。もちろんお代はいただきません。取れるわけないじゃないですか。

僕も昔は武道館でレッド・ツェッペリンのコンサートを胸をときめかして見た人間ですから、さすが二人がここにいた二時間ほどは自慢話になるかなという気はしてますし、こんなことがあってはこの商売やめられないなと強く思いましたね。以来、ジミー・ペイジは三度、ロバート・プラントは二度、来店してますけど、そのたびにいろいろ持って帰りますよ」

マニア・アイテムの仕入れルート

もともと山岸氏が「ブルームーン」を開いたのは十年前のことだ。まだ西新宿も今日のような一大ブートレッグ街ではなく、中古レコードと一緒にアナログ盤のみを扱う店が数軒、ビデオを扱う店も四、五軒程度だった頃だ。当初は山岸氏も狭いワンルームマンションの一室で、ビデオのみを扱っていた。

実は筆者は、当時、週に一度は西新宿の各ブートレッグ店にチェックを入れるようなマニアのひとりだった。もちろん「ブルームーン」にも、何度も足を運んでいる。店内にはビデオデッキが五台ほどラインで接続され、ダビングに精を出しながら客に対応していた山岸氏の姿をよく覚えている。

その頃は、今のようなミュージシャンとの記念写真が飾られているようなことはなかった。しかしその商品のよさは当時から折り紙付きだった。たいていの店のブートレッグビデオは、古い日本のテレビ映像を数十回もダビングを重ねたようなもので、本来カラー画面だったものがモノクロになっているようなことすらあった。ところが山岸氏は、同じ映像でも外国で放映された画質のいいオリジナルを入手していたのだ。

たとえばローリング・ストーンズの七六年のパリでのライブ。NHKの音楽番組〝ヤング・ミュージック・ショウ〟で、七七年頃に放送されたファンには馴染みのものだが、なぜか「ブルームーン」にはフランス語のナレーションの入ったオリジナル放送時のものがあった。そのダビングテープだから音も映像もだんぜんいい。一体全体、どうやってそんなものを入手したのか、マニアたちは不思議がりながらも、山岸氏の

もとに通い続けたものだった。

山岸氏はその頃の商品入手ルートと、店を出すまでのことをこう説明する。

「もともと僕はミュージシャンだったんです。高校生のとき、バンドを組んでヤマハのライト・ミュージック・コンテストに出て優勝したんですよ。それがきっかけでシングルも出したことがある。以来、ずうっと音楽業界にいたんですけど、そんななかで国内外のミュージシャンとのつきあいができ、その交流のなかから少しずつ普通じゃ手に入らないものが集まり始めたんです。もっとも最初はカセットテープをダビングし合う程度。サークルのようなものでした。だけどビデオが出始めたら、次々に面白い映像、懐かしいものが出回ってきた。よし、これなら商売始められるかなって思ったのが始まりでした」

そして「ブルームーン」の評価を決定させる作品を山岸氏はマニアに提供する。それは八九年、復活したローリング・ストーンズの全米ツアーのブルームーン・オリジナル・ビデオだった。彼はニューヨーク・シェア・スタジアムで行なわれた公演にビデオを持ち込み、ほぼステージ正面、最前列の位置からコンサートのすべてを録画してきたのである。すでに三度目の来日が決定しているストーンズだが、当時は日本のファンにとっては国内で見ることのできない超大物。そのストーンズをコンサートそのままの臨場感で拝めるのだ。飢餓状態にあったファンには、信じられないようなシロモノだった。

「席は前から四列目。向こうの関係者に取ってもらったものだったんです。僕は椅子の上に立ってビデオを回していた。堂々とやっていたんです。別に許可を取ったわけでもなかったけど、セキュリティーには何も言われなかったですね。ミック・ジャガーともレンズ越しに何度も目が合っている。しかしたまたまラッキーだったのか、何の問題もなく撮影できましたね」

さらにその二カ月後には、今度はMTVで全米生中継されたストーンズのスペシャルTVライブを入荷。現地での放送のわずか三日後という離れ業に、マニアはさらに驚くことになった。

こうした評判が評判を呼び、翌年のストーンズ来日前後には、二十四時間ダビングを続けて百本近い商品を生産したこともあったという。その甲斐もあってか、四年前にはマンションの一室を出て、現在、店がある雑居ビルの一階に店舗を移す。この場所には、七〇年代からブートレッグ専門レコード店として営業を続けてきた「キニー」が入っていた。いわば西新宿の一等地である。

「ブルームーン」はこれを契機にビデオだけでなく、CDも取り扱うようになる。そして店舗の中には、次第に有名ミュージシャンと山岸氏のツーショット写真がところ狭しと飾られるようになってくる。

「たぶんジミー・ペイジやロバート・プラントのような超大物からベックのような若手まで、うちに来たミュージシャンは百人は下らないんじゃないかな。その他、バックバンドのメンバーとして来日したミュージシャンなんかも入れると数えきれないく

らい。もちろん僕が知らない間に買って帰っちゃう人もいるようですけどね。いちおう、西新宿に来たミュージシャンは、他の店にも顔を出しているみたいですよ。だけどうちだけはみな名指しで来る。事前にマネージャーや関係者から連絡が入りますもの。なんでうちがこんなに知られるようになったのか、一度、あるミュージシャンに聞いてみたけど、そしたら『日本から帰ってきた友人のミュージシャンに聞いたんだ』って言われました。まぁよく考えてみればどんなミュージシャンだって、元はといえば誰かのファンなんだし、うちで扱っているものに興味を持って当然なんですよね。業界内の噂ですけどポール・マッカートニーなんて、とんでもないブートレッグ・コレクターらしいし、ロバート・プラントはブートレッグ用の倉庫を持っているって言ってました。彼らにしてみれば、資料でもあるんでしょうけどね。

僕も自分である意味では、この商売、悪質かなって思うことありますよ。ミュージシャンがオクラ入りにしたものを勝手に公開しているんですからね。著作権の問題もありますしね。ただ著作権というのは音楽業界では、大変複雑なんですよね。欧米では非常にうるさいけど、南米やアジアの国ではないに等しい。いやイタリアだってつい最近までは現在の日本よりも緩かった。それにマネジメントの関係でオフィシャルのものの著作権料がミュージシャンに払われているかというと、必ずしもそうではない。デビュー時の契約のおかげでCCRのジョン・フォガティは昔の唄をステージでも唄うことが許されなかったというし、ロッド・スチュワートもイアン・マクレガンもフェイセズのCDがリイシューされても彼らのもとには一銭も入ってきていないって言ってた。キッスが再結成したときも自分たちのアイデアなのにあのメイクの権利を昔のマネージャーが持っていて大変だった。あのストーンズにだって、権利関係で

ステージでやれないオリジナル曲がいまだにあるそうですよ。そんなこと考えていったら、著作権って何だってことになっちゃうでしょう。それにうちに来たミュージシャン本人で、自分の作品が商品として並べられていることで僕にクレームしてきた人はひとりもいない。逆にそれを喜んで持っていく。そしたらミュージシャンも認めているということでしょう?」

暗黙のルール

山岸氏は「どうなんでしょうかね」と、筆者に向かって聞いてきた。たしかに音楽関係の著作権に関しては、わかりづらいことばかりだ。

以前、あるテレビのニュース番組が西新宿を取材し、ひたすら違法、違法と叫び立てたことがあったそうだ。しかし山岸氏によって語られるミュージシャンたちの素顔からは、法律を持ち出してきて杓子定規に処理できない側面が、この音楽ブートレッグの世界にはあるといわざるをえない。ましてキッスやジョン・フォガティのような契約書一枚で、何も産しないのに金を儲け続けている者が少なからずいるようでは、なおさらだ。

しかし同時に山岸氏の商売も、著作権があるからこそ成り立っている部分もあることは否定できない事実である。もし著作権がなければ、大手レコード会社が一斉に「ブルームーン」の商品をコピー、廉価で売りに出すに決まっている。

「だからといってはなんだけど、僕も僕なりにルールを守ってやっているつもりなんですよ。これ以上やったらオフィシャルの侵害になるだろうとか、そんなことは絶対しない。実際、やりすぎた業者のなかにはオフィシャルの部分とモメたとこがあります。正規もののコピーは、僕に限らず絶対に御法度なんです。たとえばイギリスでは出ていて、日本では出ていない正規ものCDなんてのがある。またその逆もある。これをコピーして売るなんてことはやっちゃいけない。金儲けだけを考えれば、それをやりゃいいんです。だけどそれをやると、結局、自分の首を絞めることになる。客足も遠退いていってしまう」

取材の最後に、山岸氏の自宅にお邪魔させてもらった。世田谷の普通の1DKのマンションは特別豪華なわけでもなく、四十代の独身男性にはふさわしいもののような気がした。実は話を聞きながら「ずいぶん儲けてんだろうなぁ」と考えていたのだが、それほどでもないのだろう。

山岸氏が自己申告するには「一本のビデオの値段が三千~四千円、ボロ儲けのような感じがするかもしれませんが、ヒット作が何本も出れば話は別ですけど、アルバイトの人件費や家賃を払ったら、たいしたことはない。同じ年のサラリーマンよりは、ちょっといいくらいですよ」とのこと。

部屋の中には意外なことにレコード、ビデオの類はほとんどなく、彼の商売を感じさせるものはギターが三台、そしてすべて関係者から入手したというローリング・ストーンズのゴールド・ディスク二十枚だ。

「これが僕の宝物」と、山岸氏はニッコリ。インタビューの最中、ほとんどお愛想笑いしか見せなかった山岸氏の唯一の本物っぽい笑顔だった。

海賊音楽CD&レコード販売

あの音源は、どこからやってくるのか？

オフィシャル盤のミックスを勝手にいじって〝新音源発掘〟と偽ってCD化する海賊盤業者から、日本の歌謡曲をダンス用にリミックスしレアナログ盤として売るDJまで。〝音源〟をめぐる海賊盤業界裏事情。

―今拓海（フリーライター）

「やりすぎました。もう決してオイシイ商売じゃない」

洋楽海賊盤業界に詳しいある人物は、こう言うと力なく「へへへ」と笑った。

「今はもう客のサイフの紐も固いし、かつてに比べれば賢くなった。ブート全盛だった三～四年前なら、人気アーティストの新作ならどんな内容でも、それこそ羽が生えたように売れまくったもんなんですけどね……」

世界最大といわれるブートレッグ街、西新宿を中心とした日本の音楽ブートレッグ業界の危機が囁かれて久しい。

誰が言い出したものなのか。いわゆる風の噂でしかないのか。ブートレッグ業界にはこれまで何度となく、こんな噂が流れていたものだ。ところが今回の危機説は、かなり信憑性のあるものであるようだ。

たしかにここ二年ほどで、数軒の店が閉店。とくに老舗の一つとして数えられていた「アイコアイコ」がこの秋、店じまいをしてしまったのは、その危機説を裏づけるものとしてマニアの間でも深刻に受け止められたようだ。また今年春には人気の高かったブートレッグ情報誌『ゴールド・ワックス』の編集長が、「こんな巷の状態や業者を見る限りでは、本質からかけ離れていくだけでどんどん荒んでいくようにしか僕には見えません」と、痛烈な業界批判を編集後記に書き残し、突然その任を降りてしまうという事件も起きた。

少ない情報からでも、景気のいい話は聞こえてこない。いま、日本の音楽海賊盤の世界は、明らかに危機的状況に陥っているようなのだ。

冒頭の事情通氏に解説してもらおう。

「現在のブートレッグ不況は、いろんな理由がありますが、まず第一にいえるのは、バブルのツケが回ってきたということ。とにかくあの時代にやりすぎたんです。かつては新しい音源であればとにかく売れた。どこも国内外を問わず、新しい音源を探しまくった。ところが新しい音源なんてそうそうあるものじゃない。するとどうするか、自分たちで作っちゃうんです。これで粗悪品がガンガン出回った。最初はマニアも喜んで買っていたんですけど、さすがにひどいのばかりつかまされていると、慎重になってくるでしょう。だから現在の状況は業者側が自ら招いたものでもあるんです」

◆◆◆◆◆◆◆◆〝限定盤三百枚〟の中味◆◆◆◆◆◆◆◆

ここでちょっとおさらいをしておこう。一口に海賊盤といっても、その音源は主に四つに分けられる。

まず第一はテレビ、ラジオで放送されたライブ等のオンエアもの、

エア・チェックした放送分をそのまま海賊盤化してしまうのだ。第二はいわゆるアウトテイクもの、これはミュージシャンに近い人脈から業界に流れ出る。次にオフィシャルのレアもの、人気ミュージシャンでも廃盤になったままの作品が一、二作はあるが、それを発掘し、商品化してしまうのだ。そして最後がコンサートの生録音もの。

八〇年代中頃までは、海外音源に頼りっきりだった日本の海賊盤業界が、事情通氏の言うように自分たちで作り出したのは、まずコンサートの生録音源からだった。時代はそれまでのアナログからプレスの手順が容易なCDへと主流が移りつつあった頃。これも国内生産を増やすことに拍車をかけることとなった。CD制作に必要な手順は、生録されたテープをミキシングし、それを元にマスターCDを制作。そのマスターCDからグラスマスターという原盤を作り上げるだけ。この原盤をCD工場に持っていけば、あとは大量生産が可能。大手家電メーカーによって運営されているCDのプレス工場も、インディーズのバンドを装った偽のバンド名を挙げておけば、問題なく発注を受けてくれたという。

こうした国内盤生録ブートレッグの生産枚数は、一タイトル三百枚ほど。一枚の製作費はせいぜい千円、これを三千円という定価で店頭に並べる。確実に捌ける人気のアーティストを中心にやっていけば絶対に儲かるオイシイ商売だ。

「振り返ってみればまだ生録は良心的な時代です。ローリング・ストーンズやエリック・クラプトンのように人気のあるアーティストは、国内公演すべてのコンサートが生録でCD化されたほどです。演奏曲目なんて、せいぜい二、三曲しか違わない。だけどマニアは全部揃えたがるんですよね。売るほうも買うほうも幸せだった。でもそれなら次の音源を探さなければならない。客もそれを望んでいる。西新宿の客は三十歳代、四十歳代の金を持っている人が多いんですよ。なかには『早く次の新作を出してくれ』って、せっつく客だって少なくなかった。といっても生録音源にだって限りがあるでしょう。

するとどうするかというと、自分たちで偽造をする奴らが現われたんです」

音源の偽造？　いったいどうやって？

「簡単ですよ。たとえば九〇年頃、ビートルズの『ウルトラ・レア・トラックス』というアウトテイクス集が出た。CD時代の傑作ブートレッグといわれるもので、後に正規盤として発売される『アンソロジー』の元となったとさえいわれている音源です。これのミックスを勝手にいじくって、ステレオの音の位置を変えたり、あるいは勝手にフェイド・アウトさせてしまう。そしてこれを〝新音源発掘〟と偽ってCD化してしまうんですよ」

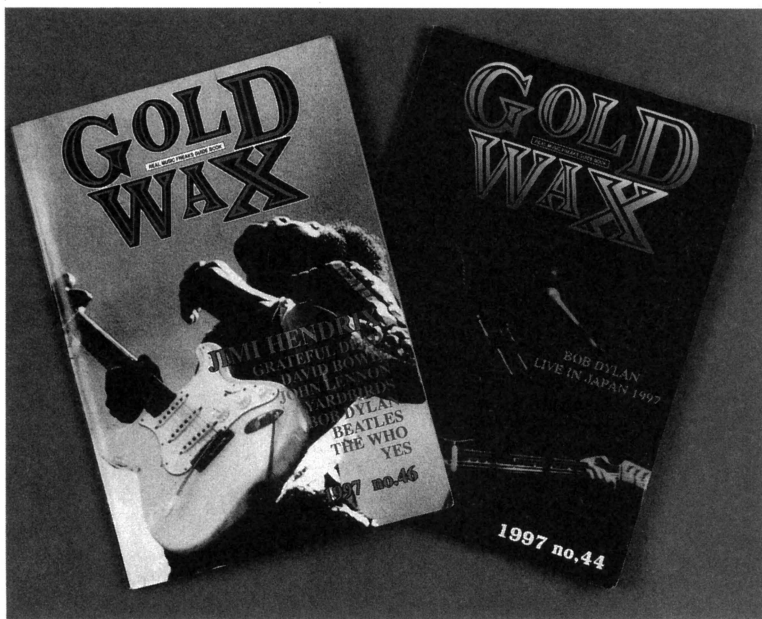
ファンでない者からすれば、ちょっと音の配置、バランスが変わっただけのものに数千円の価値があるとは思えないが、こんなものでも爆発的に売れたという。

「正直な話、このアイデアはよかった（笑）。他のアーティストでも、次々に似たようなものが出たくらいですから。ストーンズ、レッド・ツェッペリン、ボブ・ディラン、海賊盤で人気のあるアーティストで同じようなものが出なかったのはないんじゃないかな。これにさらに〝限定盤三百枚〟〝ゴールド・ディスク〟なんてことにしてしまえばもうバッチリ。希少価値も手伝ってそれこそ店頭に並べた端から出ていく。

徐々に偽造はエスカレートしていきました。もう売れればなんでもいい。いかにうまいアイデアで騙すかというのが勝負。他にも傑作だったのは自殺したニルヴァーナのカート・コバーンの『ホーム・メイド・デモ・テープ』というのがありましたけど、これはヴォーカルはなしで、エレキ・ギターで演奏しているだけというもの。ヴォーカルなしなんですから、本当に当人がやっているかどうかわかったもんじゃない（笑）」

◆◆◆◆◆◆◆◆キースジャレット騒動◆◆◆

事情通氏は「もちろんこんなこ

とをやっていたのはすべての業者ではありません。ごくわずかのあくどい業者だけですけど」と、言うが、マニアたちだってお人好しのままいつまでも騙され続けているわけがない。次第に客足が遠退いていった店も少なくないという。
　おそらく先に紹介した『ゴールド・ワックス』誌、編集長の業界批判は、このような状況を指していたのではないだろうか。

ブートレッグ情報誌『GOLD WAX』

　さらに今年になって、こうした客離れに追い打ちをかける事件が連続する。
　まず米国でFBIのおとり捜査により、ヨーロッパの大手海賊盤メーカーの幹部たちが一斉に逮捕されてしまったのだ。幸運なことにこの逮捕劇に巻き込まれた日本の業者はいなかったようだが、これにより輸入海賊盤は激減してしまう。
　続いて国内製造の生録ブートレッグにも、ついに捜査の手が伸びてきた。
「この春に行なわれたキース・ジャレットのコンサート。この生録盤が警察の捜査を受けてしまった。実はこのコンサート、某大手新聞社が主催し、皇室の人間も出席するというもの。しかも日本での独占レーザーディスクを発売するとあって、その新聞社が警察を動かしたということなんです。ロックではないから西新宿には大きな影響もなかった。だけどこれで多くの業者がビビッてしまった」
　事件をいい潮時と、多くの業者が海賊盤業から足を洗ってしまったという。
　八〇年代に入ってから、それまで一年一作が当たり前だったミュージシャンたちのアルバムの制作ペースが落ちるようになってきた。コンサートツアーはスタジアムクラスの大規模なものになり、プロモーションにもかつてとは比較にならないくらい時間をかける。そうした状況が、特定のミュージシャンに思い入れを持つファンの新作飢餓状態を作り出した。またビートルズやレッド・ツェッペリン、ニルヴァーナなど、待っても新作が出ないミュージシャンもいる。
　そんなファンの飢えを埋めるために海賊盤は出現した。また海賊盤業者の側からすれば、なかなか新作の出ないミュージシャンへの興味をつなぎ止める役割を果たしていると考える者だっているだろう。もちろんこんな考えだって否定できない。
「悪い業者も少なからずいて、本当にひどい状況だったかもしれま

せん。たぶん西新宿も、もう少し淘汰されるんじゃないですか。ただ需要がある限りなくなることはない。警察だって海賊盤を取り締まるより裏ビデオを先に取り締まるでしょうしね」

歌謡曲の海賊盤!?

さて、ここまで話をして、いったん結んだ事情通氏だが、

「ところでこんなこと知っている?」

と、別の話を振ってきた。聞くと、この西新宿の洋楽海賊盤以外にも、現在新たな海賊盤の動きがあるのだという。

「現在、日本の歌謡曲の海賊盤が出回り始めているんですよ。しかもCDではなく、アナログ。まあ従来の海賊盤とはちょっと違うんですけど。西新宿とはまったく違ったルートの店にたまに置かれているようですよ」

にわかには信じがたい話が突然出てきたので驚いたが、これが本当なら大変な事実だ。というのも西新宿がなんとか現在まで生きながらえてきたのは、著作権侵害を告発するには、著作権を有する者の直接の行動がなければならないという法手続き上の煩わしさがその理由の一つだった。つまりストーンズの著作権はストーンズのメンバー以外には、その侵害を訴えることができないのだ。いくら来日がお馴染みとなったストーンズといえども、日本の海賊盤業界まで目くじらを立てて訴えることはなかった。

ところが日本の歌謡曲の場合なら話は別だ。そんなに甘くはない。

とにかく詳しくは別の事情通氏にご登場願おう。某大手レコードチェーンの二十歳代後半の社員である。

「もともとはクラブカルチャーから出てきたものです。いわゆるリミックスもの。だから海賊盤とはいっても、西新宿の洋楽とは性格がかなり違う。決して同じレベルで語られるものじゃないと思います」

彼はまず、念を押すように語り始めた。

たしかにヒップホップ、ハウス、テクノなどさまざまなダンス系のジャンルで、すでに作品として完成された楽曲を、個性の強いミキサーやDJによって再構成するリミックスの手法は昔から存在する。

「きっかけといえるのは十年くらい前、突然出てきたわけじゃない。その頃、日本のレコード店やDJ、ミキサーが洋楽のミュージシャンの曲を元にしてディスコ用にリミックスしたものを自主制作し始めたんです。もちろんディスコ用ですからアナログ盤オンリー、CDは作っていない。買うほうもダンス好きの人間ばかり。まあ狭いサークルの中で楽しんでいたんです。当初は海外に連絡とって許可を得ていたんですけど、ところがマニアに受けるような曲は、向こうでも小さなレコード会社が権利を持

R・ストーンズ、ザ・フー、ニール・ヤングの代表的な海賊盤

写真と本文は一切関係ありません

っていることが多く、許可を取るにもどうにもならない場合が多い。そのうち二、三百枚と数も少ないし、面倒くさいということで無許可で出し始めた。店によっては、やっぱり怖いということで輸入盤を装って店頭に並べていたようですけどね。まあ作っている側も、売っている店も、面白がってた。金儲けばかりが目的ではないんですけれどもね……」

リミックスと著作権

ダンスとリミックスはその成り立ちからいっても、切っても切れない間柄である。おそらくヨーロッパでリミックスが始まった頃も、同じような感じだったのだろう。現在の音楽シーンのようにダンス・ミュージックが重要な位置を占めている状況からは、これも立派な文化といわれれば、たしかにそうだ。頷かざるをえない。

「これで味をしめたというか、こうした土壌の上に、近年のクラブブームが起きて、そして三年くらい前、唐突に日本のリミックスものが出てきた。それも歌謡曲を題材にしたもの。オリジナルとなったのは松田聖子、安室奈美恵、SMAP、パフィー……。

HMVのようなレコード量販店のダンスコーナーに置かれていました。ジャケットは真っ白、そこにDUB MASTER X VOL.1とか2とか書いてあるだけ。誰の曲をリミックスしているとかは、外から見ただけでは全然何だ

かわからない。売り切ったらオシマイ、版は重ねていないようですね。それで次々に歌謡曲ばかりをリミックスしたものが続いて今はVOL.10くらいまで出ていますよ。宣伝もいっさいなしで、わかる人だけが買っていく。今ではなかなかの人気で、入荷しても一週間くらいですぐになくなってしまう。なぜ歌謡曲なのかって？　いやそれはわかりません。別に歌謡曲ばかりかかるクラブがあるわけじゃないし、パロディのつもりなんじゃないのかなぁ」

このDUB　MASTER　XというのはI、十年ほど前からDJやミキサーとして日本の音楽業界で活躍する人物と同名である。この人物が、果たしてこのリミックス盤の製作者なのか、それともたまたま偶然名前が一致しただけなのか、残念ながら確認はとれなかった。事情通氏も

「真相は定かではないんです」

と、首を傾げる。

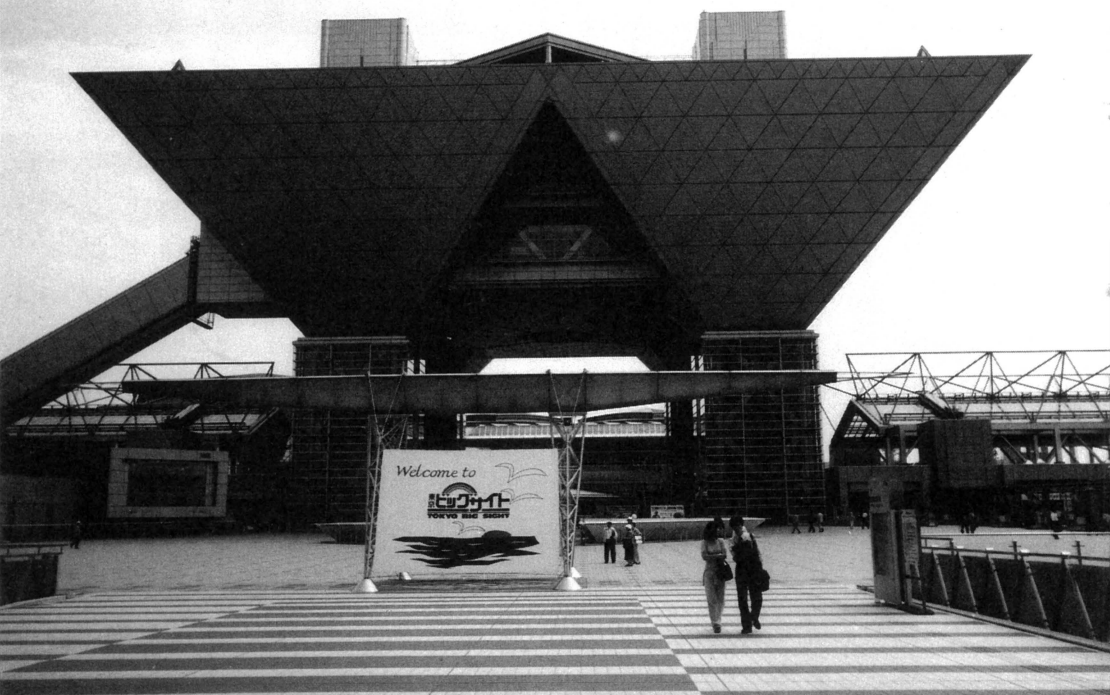
しかし、もう三、四年にわたって十枚近くシリーズを出しているなら、業界、所属事務所等の関係者の耳に伝わっていてもおかしくない。かつてSMAPの隠し撮りコンサートビデオが原宿の小さな店で出た際には、あっという間に取り調べが入ったというほど市場に対する監視の目は厳しいのだ。

「少なくともレコード会社の人間はおおかた気がついていますよ。業界内でクラブ好きの連中の間で話題になったこともあります。ただ枚数にしても三千枚程度らしいし、裁判起こして訴えたところで、その費用すらも回収できない。それに現在、安室やSMAP、パフィーを聴いている人たちは一〇〇%がCDです。一方、DUB　MASTER　Xはアナログ盤だし、買っているのは、テクノ好き、ハウス好きの人たち。リスナーが競合するわけでもないし、理解を見せて、大目に見ているというのが正直な話ですね」

大目に見ている、もしそれが事実なら、なかなかいい話のような気がする。

先の洋楽海賊盤にしても、この歌謡曲リミックスにしても、送り手である巨大なレコード会社と受け手であるわれわれ個人リスナーの間に生まれたスキマ産業のようなものだ。

かつてミュージシャンとリスナーが直に結ばれていたような幸福な時代があったが、音楽が、巨大な産業になってしまった今、どうもその間が広がってしまっているような気がして淋しい。今日、彼らのおかげで離れてしまったその距離が縮まったような錯覚がするなら、著作権などを振りかざす不粋な真似などするべきではないだろう。

DUB MASTER Xリミックス盤

PART 5

マンガ同人誌

コミケの経済学

海賊版同人誌販売業者 VS.同人誌作家

海賊同人誌、その〝仁義なき戦い〟

今や、同人誌の世界でも海賊版が横行する時代。同人誌サークル側は、その対策に手をこまねいているという。海賊同人誌業者の言い分と、サークル側の困惑

本誌取材班

「著作権のある、既成のキャラクターを使ってエロ・マンガ描いて儲けて、それだけで食っている立場なのに、俺らに文句を言う資格はないと思うよ。同じ穴のムジナだと思うね。敵どころか、どっちかっていうと仲間なんじゃないの?」

「海賊版を作られた同人誌のサークルから苦情がきているが……」との質問に、高橋正幸さん（二十一歳・仮名）はこう答えた。こちらがその手の質問をするのが分かっていたのだろう。高橋さんはどうとも思っていないという素振りを見せた。

この色白のいくぶん太った青年は、インタビューの間中なかなか表情を変えない。その細い目を見ていても、正直言って何の感情も窺えない。かなり私より年下のはずなのに、取材していて妙な威圧感を与えるのが印象的な人物だ。

「『著作権法に引っかかるんじゃないですか?』って、よく言われるけどねぇ。で、サークル側は『著作権法で訴える』とか言ってくるわけじゃない。そりゃ、刑法上では訴えられるかもしれない。たとえば、『セーラームーン』のアニパロ系（アニメキャラクターを同人誌作家が自分なりにアレンジしたもの）の同人誌の海賊版を俺らが作って、訴えられたとする。もし裁判になったとしたら、まず、『あなたがその同人誌を描いた証拠はどこにあるの?』っていう話がまず一点。本に奥付けが入ってたりするわけだけど、書籍コードがないから、証拠にならない。で、こっちが裁判をデカくしようとすると、新聞なんかに載るよね。同人誌の写真も載るよね。『セーラームーン』の絵が描いてあるわけだよね。それもエロエロなやつ。著作権保持者の東映、黙って

海賊版同人誌。当然連絡先などは省かれている

ると思う?」

このふてぶてしい態度からわかるように、彼はまったくの確信犯。この人物を敵にまわすのだから、被害者である同人誌作家側は大変だ。

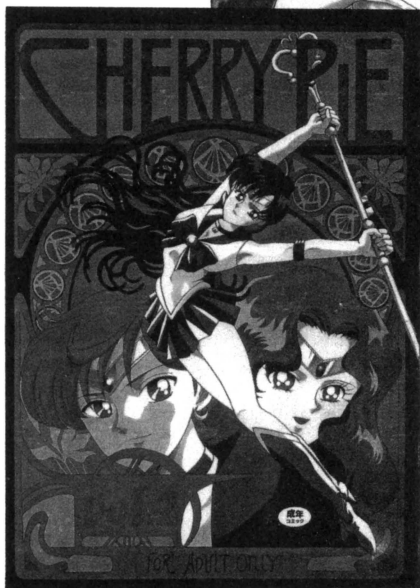
彼が扱っているものは、いわゆる海賊版同人誌。コミケ会場などで売られている同人誌の人気どころを勝手に複製し、それで大儲けしている。

「もともと同人誌って、訴えられて当然のモノなんだよ。『セーラームーン』とか、作者は子供に愛されるようにって願いを込めて作ったキャラクターでしょ? それを裸にしたり縛ったり精液ブチまけたり、作者のイメージをメチャクチャにしてるわけでしょ。すげぇ怒ってる原作者だっていっぱいいるよ。当たり前じゃん。コミケ会場に怒鳴り込んできたって話、わりとよくあるもん」

「作家側にしてみればいい宣伝」

東京近郊の地方都市に住む柴田はつえさん(仮名)はアマチュアのマンガ家。同人誌サークルに所属していて、年に二回作品をその同人誌に掲載している。それ以外のときは、プロのマンガ家のアシスタントをしている。主に書いているのは、やはりアニパロ——アニメのキャラクターをそのまま使ったパロディで、同性愛をテーマに描いている。

「最初は、なんでこんな本に自分の作品が載っているんだろう?って不思議に思いました。しばらくしてから、あぁ、これが海賊版同人誌か、私の描いたものが勝手に使われたんだ、と気がついて……」

そのときの印象を、「一生懸命努力したのを汚されたように感じた。頭にきたし、し

う。

むろん、彼女に抗議のしようはない。

高橋さんは、こうした作家側の困惑をよそに、

「同人誌って、『やらせてもらってる』立場のものなんだってことを、作者は理解しなきゃ。少なくとも、ちょっとは罪悪感感じたほうがいいよ」

と、彼流の持論を主張する。ようするに敵の敵は味方、違法なものの違法コピーは適法、といった論理なのだ。

さらには、

「海賊版同人誌って、二種類あるんですよ。まず、適当に同人誌のマンガを勝手にギッてきて、作者別とかジャンル別で集めて合本にし、オリジナルのタイトルをつけて、新しい本にして売るヤツ。もう一つは、同人誌専門店なんかに流せるような……海賊版っていうようなんじゃなくって、どう見ても本物で、売ってるほうも買うほうも、作者すら海賊版って気付かないようなヤツ。この二種類を作る組織はまったく別のものなんだよ。俺らの組織は前者のほうなんだけど、関わってる人間だけでも、数百人になるだろうね。それだけ、海賊版同人誌に関わってる人間って、多いわけ。これって悪いことじゃないと思うよ。一つの作品の流通の形態、作家側にしてみれば、いい宣伝だもん」

と、鼻息が荒い。

一方、こうした主張に対して、

「海賊版を手がけている連中は『同人誌を広めてやってる』と恩きせがましく言ってるけど、冗談じゃない」

と、憤りを隠せないのは、同人誌サークルを主宰するかたわら「海賊版被害サークル連絡会」の代表も務める石井良太さん(二十九歳)だ。

「ぼくらはコミケ会場で同人誌を対面販売している。同人誌の趣旨を理解している人にしか売りません。それに対し彼らは不特定多数の人に売っちゃうでしょう。その結果、有害図書扱いされる。広めているのは逆に誤解ですよ。迷惑と思いこそすれ、感謝なんかとんでもない」

両者の言い分は、まっこうから対立しているのだ。

海賊版同人誌の元祖

海賊版同人誌が登場したのは九三年ごろだ、といわれている。その辺の経緯を高橋さんは、次のように説明する。

「最初の海賊版同人誌っていうのは、『同人誌買い漁り部隊』の連中が、限定版のコピー誌を使って作ったんだよね。同人誌買い漁り部隊っていうのは、コミケの前に新宿紀伊国屋の隣の噴水のある喫茶店に五十人ぐらいガーッと人が集まって、カタログ見ながら誰がどのサークルに並んで買うかとか、そういう話をしているような奴ら。

そら、大勢で手分けしないと、人気サークルの同人誌なんて買えないからさ。人気サークルには何時間も並ばなきゃなんないけど、コミケって六、七時間で終わっちゃうでしょ。一人や二人じゃ絶対全部をフォローするのは無理なわけ。だから、コミケ前に集まって計画立てて、コミケ後にまた集まって、手分けして買った本を受け渡ししてるというね。こうすれば有名サークル全部に目をつけても、買えるでしょ。

同人誌って、マニアの奴はコミケで買うわけだけど、わざわざコミケに行かなくても、有名サークルの本だったら、新刊でも、二〜三日で同人誌屋に流れる。で、同人誌屋がいくらで買い取るかっていうと、部数の少ない本——サークルが『限定本』っていって百冊とか二百冊とかしか出さない本があるんだけど、そういうのなんかは売り値よりずっと高く買い取るわけ。

で、店によっては、限定本であればコピー誌なんかも買い取ってる。コピー誌っていうのは、ちゃんと印刷所で刷った本じゃなくて、原稿をその辺のコンビニのコピー機なんかでコピーして、ホッチキスで止めて売ってる同人誌のこと。これなら複製も簡単だよね。買いあさり部隊の、ちょっとお金の欲しいマニアの奴は、このコピー誌のホッチキスをはずしてコピーして、それをまたホッチキスで止めて、同人誌屋に売りに行ってたんですよ。これが、いちばん簡単な海賊版同人誌ってことになるかな。

まあ、それも数稼いでマメにやれば、そういうオタクが一回のコミケに使う金額分、五十万円くらいは稼げるよ。ただ、そんな浅知恵なことやったって面白くもなんともないじゃない。簡単すぎるし、それで彼らはオタクならではのこだわりで、もっと進化させよう、本物ソックリにしようと考えた』

ビニ本と一緒!?

「コピー誌なら、実物があればコピーなんて簡単だけど、ちゃんと印刷してある同人誌をまたちゃんと印刷しようとするとそうはいかない。何が難関って、とにかくカラー表紙だな。これは大変だよ。カラー表紙の印刷技術ってすごく進んでいるから。

印刷って、当たり前だけれど元の原稿よりクオリティ落ちるよね。なんで落ちるかっていうと、アミ点とか使って線がぼやけるからなの。そこから一回一回同じ精度で印刷すると、元からぼやけてるもんだから、もっと線がぼやける。だから、見る人が見たら、一発でニセモノだってわかっちゃう。それでも昔の同人誌屋はわりと目がなくて売れたんだけど、今じゃそんなんじゃ店には売れない。ま、その辺のエロ・マンガ好きのオタクには、売れるけどね。

で、結局買いあさり部隊の人間は、海賊版同人誌を作ろうとすることをやめちゃったわけ。諦めちゃった。今でもコピー誌やってる奴っているかもしんないけど、俺の周りでは聞かないねえ」

かくして、かつて海賊版を作っていた人間はいなくなったわけだが、その空いたスペースに収まったのが、高橋さんを代表と

する海賊版製造グループだ。
「そもそも、ビニ本っていうか、二千円近くで売ってる、普通の写真のエロ本あるじゃない？　M出版とかが裏で作ってるんだけど。ああいうのだって、ちゃんとモデル用意して撮影して作ってるのももちろんあるけど、自販機で売っているようなヤツって、そんなふうにちゃんと作ってないんだな。そこら辺のエロ本から勝手に写真ギッてきて集めて、一冊まとめてるようなのばっかなんだよ。え、なんで知ってるのかって？　そりゃあ……俺ら、そういうものもやってるからだよ。っていうか、最初はこれだけやってたんだ。そのノウハウを持ってたから、もうちょっと儲かりそうな海賊版同人誌にも手を出せた、っていう感じかな」

　印刷の技術はあるし、複製を作るのに罪悪感はないし、なにより複製を作ることのうまみを知っている。これなら、彼らが同人誌の海賊版を作り出すのは、時間の問題だったわけだ。

「作った海賊版同人誌は、卸専門にやってる連中がいるから、そいつらに買い取ってもらう。そいつらの組織のルートで、古本屋だとか、同人誌専門店だとか、あるいは海外とかに卸してるわけ。大人のおもちゃ屋や、普通のエロ本屋にも置いてあるよ。地方だったら、普通の本屋にもあったりする。

　海賊版同人誌が欲しいなら、そういう所を探せばすぐに見つかるよ。足で探すのが面倒だったら、今だったらインターネットなんかにいくらでも情報流れてるから。手に入れるのはそんなに難しいことじゃない。もっとも手に入れづらかったら、海賊版の意味がないわけだけど」

　ここは東京・秋葉原。ある大手家電販売店の一角に、海賊版同人誌の売り場はあった。同人誌は通常むき出しで売られているのに対し、海賊版同人誌はビニール袋に入っているのですぐそれとわかるという。ちなみに、この売り場の本はすべてビニール袋に入れられて並べられている。

「うちでこの手の雑誌を扱うようになったのは二年ほど前から。あるアダルトビデオの卸業者が持ってきて、まとまった数卸せるというから始めてみた。秋葉原でマンガを売ってるのが意外？　そんなことないよ。だって、ここを根城にしてるし、それにパソコンのマニアとこの手のマンガを買う人って、いっしょだからね。違法？　なんで？『成年コミック』ってちゃんと表示してあるし、子どもには売らないから、東京都の条例にも引っかからないよ」

　と、この売り場の担当者は言う。こちらも、「売れるものを売って何が悪い」と言わんばかりだ。

　かくして漫画家のようにいかにいい作品を作るか頭を悩ますことなく、高橋さんらの業者の懐にはお金が流れ込んでくる。

同人誌の矛盾

　では、万が一、同人誌のサークルから著作権の侵害で訴えられたらどうするのか。こうしたこちら側の質問に対し、高橋さんは、一気にまくし立てた。

「エロ・マンガやってるサークルで文句を言ってる人は、考えたほうがいいよ。弁護士に相談もしないで、法律はどーだこーだ

とか言われてもねぇ。そう言うなら弁護士のとこ行ってからにしてほしい。
　もし行っても、感情論でしか話しない連中って多いから、そんなんじゃ、マトモに話なんか聞いてくれるわけない。
　で、仮にマトモに話ができたとして、万が一訴えることになったとしても、どうやって俺らを訴えるわけ？　俺らがやってるってコト、どこでどうやって知るわけ？
　俺ら、絶対証拠が残らないようにやってるからね。被害者と加害者の連絡先がわかってないと、訴えようがないもん。無駄無駄、マジで。
　これはあくまでもアニパロ系の同人誌に限ったことだけど、俺らが捕まらない理由を挙げると、
①被害者が本当に被害者か分からない……同人誌には、「誰が描いたか」って証拠がない。作者が自分でそう言っても、仲間が証言しても、その場で同じような絵を描いても、法的な根拠にはならない。
②金銭的な被害がない……サークルは、自分たちが売れるだけの分しか作っていないわけで、ごくたまに例外はあるが、同人誌は再版されるものではない。これ以上売られるはずのない分を売ってるというのは、サークル側には被害はないことになる。
③同人誌サークルも著作権法違反……アニメのキャラクターを使ったエロ・マンガなんだから、そのアニメ会社の著作権を侵害していることになる。表沙汰になったら、同人誌の作者も困ることになる。
④加害者の身元がわからない……印刷屋に連絡先を教えていないので、誰がやったかがわからない。証拠がまったく残っていない。
　ま、ちょっと極端な言い方かもしれないけど、これだけの理由によって俺らは守られてるわけ。怒ってる連中は、地団太踏んで悔しがるしかないんじゃない。でも、そうする前に、もうちょっとマンガのことでも考えて新しい本一冊でも多く出したほうが生産的だと思うけど。
　だいたい、海賊版やったところで、そのサークルの売り上げには影響はないんですよ。本当のマニアはどうしても本物が欲しいって並んで買うわけでしょ。そいつらの分でだいたい全部売れちゃうんだもん。これで被害があるのかなあ？
　それにね、同人誌って、同じ本の中で、海賊版に対する文句を書いていながら、『同人誌は趣味なので儲けでやってるわけじゃない。自分はファンの人に作品を見てもらいたいだけ』とも書いてあったりする。これって矛盾だと思うね。だって、儲けでやってるわけじゃないんだったら、売り上げに影響がある――実際はないけど――っていって心配してるのもおかしいし、より多くの読者の目に触れる機会を作っている海賊版に文句を言うのはおかしいでしょ。『ファンの人に作品を見てもらいたい』んだったら、大量に出回る海賊版は大歓迎のはずですよ。矛盾も考えずに感情論だけで話すと話がこんがらがるよね。こっちは、ただ、そいつの描いてるモンが商売になるから、それで商売するだけさ。それによって、そいつらに迷惑をかけてるつもりもないしね。
　自分の作品で俺らが勝手に儲けてるのが許せんってこと？　そりゃわかるけどさ、それで本人が損するわけじゃないし、そうすることでそこからその作家にプロの仕事がくるかもしんないし、そしたらうれしい

でしょ？　タダで宣伝できてるんだから。喜ばなきゃっていうのが、こちらの言い分」

誰が被害者か？

「ぼくが集めた海賊版同人誌は、ここにあるだけで二百冊以上。でも実際はもっとあって、五百冊以上はあるんじゃないですか」

と言うのは、前出の『海賊版被害サークル連絡会』代表・石井良太さん。

その彼が持ってきたのは、海賊版同人誌がぎっしり詰まった三つの段ボール箱だ。印刷が粗雑なものもあるが、ほとんどは海賊版と言われないと気がつかないほどの出来映えである。

「この手の業者のひとりに一度会ったことがある。場所は新宿で、年は五十歳ぐらいの小柄なオヤジ。雰囲気はダフ屋みたいで、捕まえて話をしたら『(違法なのは)承知のうえでやっている。訴えるなら訴えてみろよ』と、開き直っていました」

この業者、元はエッチ本の流通の元締めだったらしい。こういった海賊版同人誌を扱う業者は全国に二百人以上いるとみられている。

「アニパロだからつけ込まれているんです。しかしキャラクターを借りているとはいえ、同人誌に載っている作品は立派な創作。保護されてしかるべきだし、現に相談に乗ってくれた弁護士もそう言っていました」

と石井さんは反撃の構えを見せている。具体的には同人誌に意見広告を載せ、海賊版同人誌を買わないようファンに呼びかけている。また、販売店にも海賊版同人誌を売らないように申し入れたりもした。もっともこちらのほうからは、逆に「営業妨害だ」と脅された人もいたそうだ。

「海賊版で被害を受けたサークルは多いですよ。そもそもほとんどの同人誌は百部程度しか印刷しない。それを完売するのも大変なのに、海賊版などを作られたら、さらに売るのが難しくなる。実際に売れずに困って創作意欲をなくして、サークルをたたんだところもあるほどなんです」

と、石井さんは海賊版同人誌が大手を振るう現況を愁う。

しかし、これに対しても、前出の高橋さんは、作家本人よりもあくまでも同人誌ファンの気持ちを盾に、こう主張を続ける。

「俺らって、同人誌マニアの連中にはかなり感謝されてるよ。炎天下やクソ寒いなかに並ばずに買えるわけだし、一冊千円とか二千円とかする同人誌が、四冊も五冊も集めて、たったの二千円で買えるんだから。そりゃあ感謝してもらわなきゃ困るよ。彼らは、感謝してるのがほぼ大半。で、ごく一握りの、同人誌サークル連中がほとんどだけど、そいつらが『被害者だ！』って大騒ぎしてるだけ。

まあ、これはこっちの勝手な言い分だけどさ、同人マンガ家のほうも『海賊版同人誌に載るほど偉くなった』と思うぐらいの余裕があってもいいんじゃない？　俺らがだって、その点はしっかり評価してるんですよ。ヘタクソな奴のマンガじゃ『やって下さい』って頼まれたってやらないわけだし。認めてんだから、ちゃんと。

基本的には、騒いでる連中の声しか聞こえてこないけど、そのへん分かってる作家は感謝してくれてるよ。少ないけどね。彼らはちゃんとわかってるから、少なくとも騒いでる連中よりは全然大人ですよ。

感謝されて当然なんだけどなぁ。サークルだけやってるんじゃ、かなり売れるところでも一千部がせいぜいだよ。俺らが日本中どころか、海外にも流通させてるわけだ。宣伝してやってるんだし、プロのマンガ業界が海賊版を見て、その作家を気に入って仕事頼む可能性だって多いし、実際そういうケースだっていっぱいあるんだから」

問題解決はまだまだ先

「難しいんです、この問題は。だいたいマンガのパロディーを出すこと自体が認められない。

以前ウチでも、同人誌にあるキャラクターをパクられたことがあるんです。少年スポーツもののマンガで、その主人公や脇役が同性愛の仲だったらっていう筋のマンガが載った。これはサークルに抗議して、販売を差し止めました。だいたいが同人誌のマンガ家は『パロディーにするのは、そのマンガに対する愛があるから』っていう。だけどウチにしてみれば、せっかく作ったキャラクターを壊されただけ。同人誌で認めないんだから、ましてや海賊版同人誌なんてね」

と、発行部数数十万を誇るあるマンガ雑誌の編集者氏は言う。もっとも、その編集者が担当する作家も同人誌上がりだそうだ。他にも同人誌を舞台に活躍してプロになった、という作家は多い。今や、同人誌は出版社にとって新人の供給源にもなっているという。

そもそも、同人誌をめぐる著作権の問題は、さまざまな思惑が絡まり合って、これまで曖昧なままに放置されてきた。

もちろん、既成のキャラクターに自分なりのアレンジを加え創作したアニパロと、作品をそのまま複製した海賊版同人誌を、同列に扱うことはできない。が、「趣味」の領域に収まっていた時期なら、こうした問題は発生しなかっただろうが、コミケが四十万人規模の巨大マーケットにまで成長した現在、そのつけが逆に同人誌側に、海賊版という形で襲来してきたといえなくもない。

そして、当のキャラクターを借用されたプロの作家や大手マンガ出版社側も闇雲に「著作権」を振りかがすことに、どうやら躊躇しているようなのだ。同人誌が日本の漫画文化の一翼を担っているのは事実であり、それを絶やしてしまうことのほうが、ダメージが大きいというのが、その最大の理由だ。

問題が解決するのは、まだまだ先の話だ。

「エロ」と「金」の同人誌業界、よもやま話

税金問題から、アニパロ著作権騒動まで。18禁エロ同人誌による拝金主義がはびこる、現在の同人誌マーケットの語られざる舞台裏

加藤昭裕（フリーライター）

コミケに代表されるマンガ同人誌の世界は、今や、日本のオタク文化の代名詞といっていい。

年二回、東京ビッグサイトで行なわれるコミケの参加者数は、一回のイベントで延べ四十万人。そこで動くお金も、三日間でなんと数千万円にのぼるという。二十年ほど前に「趣味の集い」としてスタートし、発足当初からの同人サークルらによる自主運営という形態は今も続いているというが、これほどまでに巨大市場を形成するまでになったオタク・イベントは、他に例がない。その影響力は、商業誌の世界にも、及ぶほどだ。

だが、その一方で、あまりに市場が巨大化したがゆえの弊害も、生まれている。一つは、経済的な側面、つまり、お金の問題だ。先頃、人気同人誌作家を対象に、国税局の査察が入ったというニュースが、新聞の片隅で報じられていた。商業誌で活躍するプロの人気作家に匹敵するほどの人気と収入がある作家も、この世界では、決して珍しくないという。

そして、当然のことながら、当の作家たちが、こうした金銭的な話を含めた同人誌の「ビジネス」としての側面をこれまで語ることは、あまりなかった。

そんななか、無理を言って、今回登場してもらったのは、自身も同人作家であり、この世界に携わって十年以上という増川健吾氏（仮名・二十七歳）だ。前述の金銭的な話を含め、巨大な市場へと変わりつつある同人誌界の知られざる舞台裏、そして、ベテラン同人誌作家である彼が、日頃抱いている現況に対する不満などなど……。匿名を条件に、洗いざらい語ってもらおう。

有害図書摘発騒動の真相

最近、同人誌で大儲けをしているサークルについに国税局のメスが入ったなんてニュースが一部で話題になったようですが、別に、今に始まったコトじゃないですよ。すでに三年以上前から、ちゃんと監査が入っているんです。

前に有害コミックがどうのこうのって騒いでいた時期（九〇年頃）があったでしょ。いわゆるエロ本とか、青年誌の性的描写が過激だという理由で、市民団体などから圧力をかけられて、雑誌の自動販売機が撤去されましたよね。一般マンガ雑誌のいくつかもやり玉にあげられた。

これを機に、千葉県（当時のコミケの会場千葉県幕張メッセ）でも、「有害」と指定された本を取り締まる条例が制定されました。当然、そのホコ先は同人誌の世界にも向けられ始めたわけです。

まあ、かなり過激な内容の同人誌もありますから、これもしかたない話なんですけどね。

実際に、これ以後、コミケ会場にも監査の人間の姿がちらほら見られるようになったんですが、たしかに警察も来てましたが、そのなかになぜか国税局の査察官も交じっていたんです。有害図書の取り締まりは、はっきり言って建前だったんでしょう。その頃は、すでに、マスコミなどでコミケの話題が盛んに報じられていましたからね。本当の目的は、人気同人作家たち、要するに、何十万人市場といわれるコミケで儲けている人たちの査察だったということです。

国税局は、コミケの主催者から出展者のリストを手に入れて、それぞれ個別に捜査したらしいんです。実際、かなり儲けていた人気サークルは、根掘り葉掘り調べられて、後でしっかり税金を払わされたということでした。

それからですよ。いちおうボクら作家が、コミケなどでの収益を、いちいち帳簿につけなくてはならなくなったのは。

でもね、同人誌の世界で何千万円もの収入を得ている人たちなんて、ほんのひと握りですよ。ほとんどは、ボクらみたいに赤字覚悟で細々とやっているサークルばかりなんです。なのにそんなボクらまで煽りを食って、ちまちま収支を計算したり、申告しなくちゃならなかったりする。最近はもう面倒くさいんでほとんどやってませんけどね。

お札の山

ただね、この一連の騒動があったときに、誰もが「やっぱりな」って思ったんじゃないですか。金銭的な面でいえば、七〜八年前の、いわゆるバブルの頃なんて、ものすごかったですからね。しかも、当時は無税ですよ。あくまでも、趣味の範囲ということでね。あの頃は、〝趣味の範囲〟にしては、異常でしたから。

これは、ボクが実際に目にしたことなんですが、終了後の撤収作業のとき、どのサークルもみんな売り上げの計算などをするじゃないですか。そのとき、長テーブルの上がお札で埋め尽くされているサークルがいくつもあったんです。計算が終わった後にそのお金を、無造作に手で「ザーッ！」と大きい紙袋に突っ込んでいるんですよ。

それも一つや二つじゃない。たしかいちばん多いサークルは、五つくらいあったと思います。そんな光景が、会場の至るところで見られたんですからね。目を疑いましたよ。もちろん全部が一万円札というわけじゃないですが、それでも、一袋につき、軽く数百万円はあったんじゃないですか。

なかには、もっとトンデモない奴もいました。お札の入った紙袋で両手がいっぱいになっちゃって、小銭が入った箱が持って帰れないっていうんです。どうしたと思います？　その人。小銭の箱を、会場のゴミ箱に捨てて帰っちゃったんですよ。

もちろん、小銭といったって、一万円くらいは入っていたんじゃないですか。別に拾おうとは思いませんでしたけど(笑)、もったいないですよね。でも、そのときはそれが当たり前だったんです。今考えれば、ホント変な時代でした。

だから、警察や国税局に目をつけられたって、しかたないと思う部分もあるんです。売れている同人誌を作っているサークルを僕らは〝大手〟って言うんですが、やっぱり大手の儲けは当時ハンパじゃなかったですし、バブル景気が終わった今でも、大差はないですからね。

〝大手〟サークルのなかには有限会社登録しちゃった人たちまでいるし、同人誌で儲けた金でマンションやクルマ買ったという話だって、僕らの世界では、そんなに珍しいことでもないですから。

すべてはネームバリュー

もっとも、彼らに「儲かってるでしょ？」なんて聞いたって、儲かっているとは絶対、口にしませんよ。言うだけ損ですからね。でも、計算すればそんなのスグわかるんですよ。

たとえばですね、大手の有名サークルが一冊の同人誌を作るとしますよね。普通は、少なくて数千部、多いときは一万部くらい刷るんです。印刷代ってのは、たくさん刷れば刷るほど一部あたりの単価が低くなりますから、仮に一万部もの大部数を刷ったとしたら、一冊あたりの印刷製本単価はせいぜい二百円くらいのものですよ。版の大きさやページ数によっても変わりますけど、だいたいこんなもんです。

で、出来上がった同人誌を、一冊千円前後で販売するわけです。もちろん一度のコミケで全部完売っていうわけにはさすがにいかないですけど、コミケ以外の同人誌即売会などにも出展して、時間をかけて売っていく。最近は池袋とか秋葉原などにも同人誌専門の店もありますから、そういう場所に委託販売という形で置いてもらうんです。

こうして一万部を一年かけて完売したとしますよね。そしたら、一冊千円で売ったと考えて、売り上げは単純に一千万円。印刷代が一冊あたり二百円としても、一万部刷って二百万円。これを差し引いても、七百～八百万円は純粋に残ります。作ったのは自分たちですから、当然人件費などはタダ。たまに外注の作家さんとかに頼む場合もありますけど、その人に払うお金だってたかが知れてる。結果として、同人誌一つ作って数百万円の売り上げが発生するんです。

しかも、年間一作品というわけじゃない。同人の世界っていうのは、サークルのネー

ムバリューで売れる部分がありますから、継続して新しい本を出していかないとダメなんです。みんなに忘れられちゃうんですよね。だから年間で、少なくても数冊、サークルによっては十数冊も作るわけです。一年の総売り上げとしてはかなりのものじゃないですか。収入がウン千万円あったって、おかしくない。そりゃマンションやベンツが買えたって当然ですよね。

しかも、最近は同人の世界も以前と比べ扱う作品の間口が広がり、本以外にもいろんなものが売られています。マンガやアニメのキャラクターが描かれた卓上カレンダーやテレカ、CD-ROMなんてのも最近増えてますからね。いくらでも、商売のクチはあるわけです。

ただしね、繰り返し言いますが、あくまでもこれは、一部の儲かっている人たちだけの話ですよ。ボクらのような小さなサークルには、あまり縁がないこと。だいたい、ボクなんて、昔十部しか刷らなかった同人誌が、完売できなかったという悲しい過去があるくらいなんですから(笑)。まあ、そのときは創作モノ(まったくのオリジナル作品)の同人誌だったんですけど、その後にアニパロ(既存のアニメを題材にしたパロディ)をやったら、いきなり百部も売れちゃって。で、調子に乗って、次に三百部刷ったら、これまた、売れ残っちゃいました(笑)。部屋に残った在庫の山というのは、今思い出してもホント悲しいものですよ。

最近は、ボクもコンスタントに百部くらいは完売するようになりましたけど、これだって大手の話とは大違いですよ。だって、百部程度の印刷だと、千冊以上の大部数に比べて一冊あたりの印刷代も割高ですからね。ヘタすると製作コストが一冊あたり四～五百円になってしまうんです。

じゃあ、それが千円で売れるかっていうとそうでもない。ここでも大手とボクたち弱小サークルの差が出ちゃうんです。大手の同人誌は千円で売れても、ボクらはだい

東京・有明ビッグサイト

たい五百円程度の値段しかつけられない。これがさっき言った、サークルのネームバリューってやつですね。コミケなんて、みんな中身を見ないで同人誌を買いあさるわけです。いい作品かどうかも確かめずに、ただ有名なサークルが作った作品だからといって、ガンガン買っていく。だからボクらみたいに、大手じゃないサークルの本は、安くしないとみんなが買ってくれないんですよ。印刷に数百円かかって、売れるのは五百円。儲けになんかなりゃしませんよ。

やっぱりエロは欠かせない

同人誌の世界で売れたい、儲けたいと思ったら、アニパロをやらなきゃダメですよ。それも、「何が今度くるか」をちゃんと考えてやる。

今年は、やっぱり『エヴァンゲリオン』でしたけれど、『エヴァ』人気もこの前の映画公開で終わりですね。次は何なんでしょうね。『ウテナ』あたりかなあ。アニメ系って浮き沈みが激しいんですよ。盛り上がるのはテレビで放映していた期間だけで、終了してしまえばすぐ熱がさめる、というね。『エヴァ』はちょっと特殊でしたけど。

一方、ゲーム系は人気が案外長続きする。テレビと違って、最終回で終わりという線引きもないですしね。ソフトの出来さえよければファンは長いこと忘れないでいるものなんです。その分、ゲーム系のほうが、流行を見極めるのがやさしいという面もあるかもしれません。

いずれにせよ、儲けを考えるんでしたら、アニメ系にせよ、ゲーム系にせよ、これらのパロディが必要不可欠ですね。しかも、やっぱり18禁（アダルト系）をやらなきゃ、売れない。要するにエロですよ。

みんなのお気に入りのキャラクターが、脈絡もなく「ああっ」なんてもだえてる、それで絵がうまけりゃ絶対売れます。現在の同人誌マーケットでは、半分以上がエロというありさまですからね。あとは、サークルのネームバリュー。これぱっかりは売れるのが先か有名になるのが先かってなもんで、昨日今日でどうにかなるもんじゃありませんけど……。

ええ。ご指摘どおり、このパロディものに関しては、著作権の問題がなにかと話題にされるようですね。たしかに、人気アニメやマンガのキャラクターを無断で拝借するわけですから、厳密にいえば著作権法に触れる部分もあるんでしょう。

でもね、これに関しては、実は外部でいわれているほど、内部では問題にはなってはいないんです。別に本物の絵をそのまま無断転載しているわけじゃないですからね。みんな思い思いにアレンジを加えて、自分の作風で好きなキャラを描いているんです。「本物の絵をそのまま使用しなくても、それをトレースしたり、まったくそっくりに描いたら問題アリじゃないか」って言う人もいますけど、いないんですよ、そんなコトする人。たとえボクが綾波レイをオリジナルそっくりに描けたとしても、それだけで通用するほど同人誌の世界は甘くありませんからね。

なぜかって？　売れないんですよ。まったくオリジナルと同じ絵を描いたって、みんな興味を持たない。まあ、ボクは絵があまりうまくないんで、ソックリに描こうと思ったってできませんけど(笑)。作家自身の

個性をちゃんと出さないと、ダメなんです。だから、絵柄に関しては著作権でモメたという話はほとんど聞きません。

むしろ、問題になるのは、ロゴマークのほうですよ。キャラクター自体は好き勝手にアレンジを加えたものでも、やっぱり好きなアニメやゲームの名前くらいは、オリジナルロゴそのままのものを使いたいじゃないですか。でも、これは御法度。やったら、それこそ著作権法に抵触する。だから、まったく違うマークにする人もいますけど、苦肉の策で本物と似ているようでちょっと違ったといった微妙なロゴを使用する人も多いですね。

アニパロ系同人誌

ただね、仮にオリジナルロゴをそのまま使おうとしても、たいがいは印刷所でストップがかかるんです。同人誌を刷ってくれるところってそれほど多くないですから、印刷屋さんもその辺の事情は心得ている。「おっ、このロゴはオリジナルのまんまじゃねえか」なんてオヤジにバレたら、印刷してもらえませんからね。それでも、コミケの直前などは印刷の注文が殺到するんで、忙しくてチェックも緩くなる。その隙をついて無理やりオリジナルロゴを使っちゃった人も昔いたみたいですけど。

たった一度!?の著作権事件

部外者には奇妙に映るかもしれませんが、同人誌を作る側と、オリジナルの版権を持つ製作側やメーカーさんとの間には、ちゃんとした暗黙の了解みたいなものがあるんです。だから、実際に版権の問題でモメる

なんて話もほとんどない。向こうにしてみても、けっこう、プラスになる面もありますから、持ちつ持たれつの関係なんですよ。
そりゃ自分のところのアニメキャラが、いきなりエロ同人誌でズコバコやっていたら気分悪いでしょうけど、かといってボクたち同人誌ファンの持つ力も無視できない。ある意味では、ボクらが人気を支えているわけですからね。
だから、あまり大きな文句も言えるわけがないし、場合によっては向こうが僕らを利用するときだってあるわけです。
それでも、以前、一度だけモメたことがありました。
名前をいったら誰でも知っているような超有名な恋愛シミュレーションゲーム絡みの話です。ゲームの製作スタッフ数人が、ゲームが完成した後に会社を辞めたんですが、しばらくして、彼ら元スタッフが、そのゲームを題材にした同人誌を出したんですよ。しかも、エロで(笑)。これはもうパロディとかじゃないですよね。だって本物の製作スタッフが作った本なんですから。初めはゲーム会社側も知らなかったんですが、その同人誌をよくわからないまま買ったファンが、確認の電話をゲーム会社にしたらしいんですよ。で、バレちゃったんです。
実はこの同人誌、全部で第四号まで発売されたんですが、実際にゲーム会社からの圧力がどういうものだったかという内容が、四冊目に細かく書いてあった。いわゆる暴露本ってやつですね。
それによると、三冊目を出版した後にゲーム会社の偉い人が訪ねてきて、後日会社に呼び出されたそうなんです。しかたなく会社に出向いてみると、重役やらなんやらに囲まれてお説教の嵐。しかも会社側は、当初その同人作家が元社員だということを知らなかったというんですから、あきれた話です。
その際に、この元社員が会社側から聞いた話によると、彼以外にも内緒で呼び出された同人作家が何人かいたそうなんです。もちろん、みんなエロ同人誌を作っていた人ばかりですけど。会社としては、ゲームのイメージを傷つけるようなエロは許せない、でも、おおっぴらに「エロはやめろ!」なんて言えるわけもない。ファンは大事ですから。だからこういう水面下での圧力を、同人サークルにかけていたらしいんです。
この同人誌はそれほど数も出回らず、暴露本である四冊目以降は販売されませんでした。これが著作権法ではどういう問題になるのかは知りませんが、オリジナルのスタッフが同人誌も作っちゃったなんて、あまり聞いたコトない話ですよね。実はボクもこの本を持っているんですが、初めて見たときはビックリしました。「どう見てもこの絵はオリジナルなのに、なぜエロ?」みたいな(笑)。これはゲーム系の人たちの間ではわりと有名な話なんですが、まあ特殊な例ではありますね。

まるでお祭り騒ぎ

結局、同人誌がここまで話題になるのも、よくも悪くもコミケの存在が大きいと思いますね。
念のため説明しておきますけど、コミックマーケット、略してコミケっていうのは、夏と冬に行なわれる大きなイベントのこと

で、それ以外の小さなサークルが主催するのは同人誌即売会と呼んでいます。これらすべてを、総称してコミケだと思っている人がよくいますからね。間違えないでくださいよ。

で、普通の即売会と比べ、コミケはやっぱり別格なんですよ。規模ももちろん大きいし、来ている人たちのテンションも際立って高い。さっき話したような、バブル期の異常な盛り上がりはさすがになくなりましたけど、それでもまだかなりの熱気があるのも事実です。

やおい系同人誌

大手サークルのブースには、開場したときから一〇〇メートル以上の列が並んで、一冊千円もする本が飛ぶように売れていく。財布の中に二十〜三十万円もの大金を持って同人誌を買いに来る人なんてのもいるし、なかにはひとりで何十冊も本を買うもんだから、自分で持って帰れなくてその場で宅急便に頼んじゃう人までいる。よく海外旅行に行くとき使う、荷物を積むコンパクトカートがあるじゃないですか。あれなんかもう必需品ですよ。山のような同人誌をカートに積んで、みんなカラカラ引っ張っているんです。

来場者だけじゃなく、出展者だって異常ですよ。自分が同人誌を買いたいから、ブースを出す人も少なくないですからね。ほら、自分が出展者なら、一般入場者より早く会場に入れるじゃないですか。そしたら、めぼしいサークルの場所とかも確かめられるし、一般の人が並んでしまう前に本を買うこともできる。

しかも、ブースを出展すると関係者用の入場パスが五枚ほどもらえるんですが、実はこのパスが三〜五千円で売買されている。

本当は売っちゃダメなのにね。
だってそうですよ。このパスさえ持っていれば、一般の入場が始まる前に会場へ入れるんですから。徹夜までして入り口に並ぶ一般客が大勢いるのに、そんな彼らを横目で見ながら、まだほとんど人のいない会場を見ることができる。かなりの裏ワザですよね。

「やおい系」は例外

でもね、ボクらから見れば、実はコミケでいちばん怖いのは女の子なんです。一般的にオタクって、圧倒的に男が多いみたいに思われているけど、実は女の子のほうが多いんです。男が一とすると、女の子のオタクはその二〜四倍はいるんじゃないですか。当然コミケでも女の子たちが出展するブースはかなりの数になるわけですが、はっきり言って彼女たちのブースに男は近づけません。雰囲気が普通じゃないんですから。
何がすごいって、彼女たちの作る同人誌ですよ。〃やおい〃ってわかりますか。もとは「ヤマなし、オチなし、イミなし」のことだったんですけど、これが今では、女の子が作る「美少年のホモネタ」同人誌を表わす言葉になった。しかも、この〃やおい〃の性的描写が、ものすごく過激なんです。男の作る18禁同人誌なんか目じゃないですね。一般誌のレディースコミックだって、かなり過激な描写をしているじゃないですか。あれと同じで、男が作る同人誌より、女の子が女の子のために作るやおい本のほうが、過激でいやらしいんです。普通の人が見たらきっとビックリしますよ。
やおいの内容は男の同人エロ本と同じで、ほとんどがアニパロ物。さっきアニメ系は流行が激しいって言いましたけど、こと〃やおい〃に関しては、例外です。いまだに『キャプテン翼』が人気だったりしますから。最近の主流は『Wガンダム』でしょう。この作品は美少年がいっぱい出てくるんで、一部では「ホモガンダム」なんて呼ばれて女の子には絶大な人気なんです。放映が終了してから二年以上経っていてもですよ。
そういった意味では、流行に左右されずに同じ作品を愛し続けるという、彼女たちの生まじめさが感じられるんですが、いかんせん内容がエロ（笑）。しかも男しか出てこない。
実は、例の有害コミック騒動以来、コミケでは主催者側のチェックが厳しくなっていて、あまりに内容がひどいサークルは販売停止にされる場合もあるんです。著作権的にヤバいのはもちろん、宗教、武器などの危険物を扱ったものなんてのは、必ず主催者の検閲を受ける。エロも当然、厳しいチェックの対象なんですが、これが女の子たちに対してはけっこう甘いんですよ。同じ程度の過激さでも、男が作った同人誌はダメで、女の子が作ったやおい本は大丈夫だったりするんです。
なぜかというと、チェックする主催者側はほとんどが男なんですね。まあそこは人情っていうか、同じ男に対しては厳しくても、女の子のブースへ行くと、ペラペラッと簡単に本を見て「はい、オッケー」と言ってしまう。だから彼女たちも気にしないんでしょうけど。
加えて、こうした〃やおい〃系のサークルに集まる一般参加の女の子のパワーが、

尋常じゃあない。ひとりで数十万円を平気で使っちゃう子とか、全然中身を見もしないで、あっちこっちの行列に並びまくって同人誌を買う子とか。コミケはお祭り騒ぎってさっき言いましたけど、まさに〝祭り〟って表現がぴったりですね。女の子ブースのあの熱気は。

意外に地味な同人誌即売会

もっともね、こうした華やかなエピソードも、年に二回開催されるコミケという特殊な場に限ってのことなんです。数千万円のお金が一度に動くなんて、ハッキリ言ってコミケだけの世界。よく、四十万人市場なんていわれてますが、コミケ＝同人誌というのは、誤解もいいところですよ。他の同人誌即売会はみんな地道なもんなんです。

コミケ以外の即売会なんて、ほとんどは、それぞれのサークルが町の公民館なんかを借りて細々とやっているんです。公民館などが安く借りられるといっても、一日借りれば二十～三十万円くらいはかかりますからね。出展者を募って会場のレンタル料を捻出する。出展料は千～三千円くらいが相場ですが、出展者の数が充分に集まらなかったら、それこそ赤字ですよ。

まあ、実際は、そうはならないですけどね。大手のサークルが中心になってオンリーイベント(一つのアニメやゲームに限定したイベント。たとえば『エヴァ』オンリーとか)

をやれば、だいたい、横のつながりで同じ趣味の人たちが出展しますから。あまり知られていないサークルが主催すると、出展者が集まらないって場合もあるみたいですけども。だってそうじゃないですか。どこの誰かもハッキリしない人が主催するイベントなんて、信用置けませんからね。参加者だってそりゃ警戒しますよ。

——なんて偉そうなこと言ってますけど、実はボクも一度だけイベント詐欺に遭ったことがあった。最近の話ですけど、「ときめきメモリアルお茶会」という、ゲーム系のイベントがありまして（笑）、ちょっと興味があったんで申し込んだんです。

主催していたのが全然知らない人間だったので多少不安な気持ちはありましたけど、参加費が七百円だということもあり、わりと軽い気持ちで参加しようとしたんです。そしたら、お金を送ったきり何も連絡がない。心配になってこちらから連絡したら、返事がない。いや、見事に逃げられました。まあ金額も少ないし、警察に訴えるとか、自分で犯人を捜し出すとかまではする気もなくて、最終的には泣き寝入りです。思い出しても頭にきますよ。

……なんだか、暗い話になっちゃいましたね。コミケや同人誌が話題にされるのはいいですけど、マーケットが巨大になればなったで、いろいろと問題が発生するのも当然の話。さっきの、詐欺事件などは、以前なら考えられなかったことですが、この他にも頭にくることがたくさんあるのも、事実です。

でも、最近は、けっこう、割り切って考えるようになりました。以前は、「エロで儲けている連中はクソだ！」なんて考えていたときもありましたけど、今はそんな気持ちも薄れましたね。かえって羨ましかったり（笑）。だってエロっていうのは、技術がないと描けないですからね。ボクはあんまり絵がうまくないから、エロが描けない。いや、エロがやりたいってわけじゃなく、ただ純粋に絵がうまい人が羨ましいんです。好きなキャラクターがうまく描けて、それでお金が儲かるなんて、素晴らしいじゃないですか。

なんだかんだ言っても、好きじゃなかったらやっていけないですよ、この世界は。単なる金儲けでは、絶対やっていけない。バンバン儲かっている大手サークルの人たちだって、本当は、きっと同じ考えだと思いますよ。

でもやっぱり売れ残った在庫の山を見るのはイヤですけどね……。

参加者40万人、巨大マーケットのお金の流れ

「コミケ」の経済学

超大手サークルの売り上げ額から、コミケ会場周辺への経済波及効果まで。
もうひとつの出版流通システムともいえる「同人誌」業界の経済事情

板岡博史
（オタク・ウオッチャー）

「同人誌」といえば、馴染みのない人には明治・大正の文壇を支えた文芸・俳句同人誌などが、日本史の授業とともに思い浮かぶだろうか。

　戦後、日本にマンガ文化が花開く頃から、アマチュアの同人活動（創作、批評、ファン活動、パロディ）も次第にマンガ・アニメに比重を移し、今では数十万人規模の巨大なマーケットを形成するまでに至っている。あげくに、プロの作家顔負けの人気作家を輩出するなどの話題がマスコミを賑わしている。

　もっとも、テレビ・雑誌等が同人誌の華やかな側面のみをセンセーショナルに取り上げる一方で、当事者たちはといえば、オタク特有の自己弁護的な理想論に終始しており、外と内とでの認識の差は、「コミケ」という言葉が一般化した現在でも、あまり変化はなさそうだ。

　同人誌の世界を正確に語ろうとすれば、それこそ一冊の本になるくらいの内容になってしまうが、ここでは、この巨大マーケットの、あくまでも経済的側面（要するにお金の話）のみにテーマを絞って、話を展開していくことにする。

コミケ参加者四十万人の内訳

　もともと同人誌は、大学のマンガ・アニメ・SF研究会等のサークル、あるいはファンクラブ等のグループ内の会誌として、会員向けに制作され、グループ内で細々と読まれていたものだった。ところが、こういった同人誌を一堂に集め、展示即売する「同人誌即売会」の出現によって、グループ外の不特定多数の人にも読まれるようになり、同人誌の種類・発行部数とも肥大化の一途を辿っていく。

　当初わずかの参加者で始まった同人誌即売会は、回を重ねるごとに大きくなり、主催者も増え、二十年を経て、現在は毎週末・祝日に日本全国のどこかで開かれるに至っている。

　こうした同人誌即売会のうち最大のものが、「コミックマーケット（略称コミケット、コミケ）」である。この日本最大にして（同人誌即売会という形態が日本独特のものである以上）世界最大の同人誌即売会には、日本国内からはもとより、アメリカをはじめ世界各国から参加者が詰めかけてくる。巷間言われる「四十万人規模」という数字は、もちろん一回のコミケに集まる参加者の延べ人数だが、その内訳を簡単に紹介すると――サークル参加数が二万二千サークル。一サークルで三人まで入場可能だから、サークル参加組だけでも約七万人。これに一般参加者三十五万人を加えると、参加者は延べ四十万人以上になる（夏三日間／冬二日間と年二回開かれるが、夏のほうが規模が大きく、この数字は夏の三日間の合計）。

　では、そこではいったいどのくらいのお金が動くのか。少々古いが、手元にある、サークル参加一万五千人、一般参加二十五万人であった九四年当時の主催者発表資料をもとに解説してみよう。

彼（女）らはどのくらい稼ぐのか？

　一回のコミケで販売されている同人誌は推定四百十四万冊。同人

誌の価格は、百円から数千円まで幅があるが、平均価格が五百円とすると、売上総額は約二十一億円にのぼる。この集計には、委託(あるサークルが落選したため、別の当選したサークルで販売しているもの)した本は含まれていない。また、参加者は八百円(当時)のカタログを購入するので、これだけで八百円×二十五万人＝二億円になる。これらを含めると、トータルでは約二十五億円の金が動いていることになる。

いささか乱暴な計算だが、一般参加者に対するランダムなアンケート調査でも一人あたり一万円前後の同人誌を購入しており、総額は、一万円×二十五万人＝二十五億円となり、前記の数字を裏づけている。

単純に考えると、一サークルあたりの売り上げは、平均二百八十冊の十四万円。ただし、資料によれば、全体の六・五％(別表参照)にあたる千冊以上を捌く大手サークルだけで、推定販売総数四百十四万冊の約半数を占めている。よって、ほとんどのサークルは平均売り上げを下回っているというのが現状だろう。

そこで、単純平均だけでなく、いくつかのモデルケースに分けて見てみよう。

一ページ七万円の原稿料!?

●超大手サークルの場合

「同人誌」という形態は、商業ベースでは採算が合わない(小部数であるため、出すと損をするので出せない)作品でも、発行は可能だ。もちろん、その分価格は上がるが、それでも内容次第ではかなりの数が捌けてしまう……ということはつまり、商業ベースでも採算が合うくらい大量に数が出るものであれば、商業誌よりはるかに利益をあげることができる、ということでもある。

ちなみに、商業ベースの採算ライン(初版発行部数)は書籍で五千部、マンガで一万部(マンガは単価が安く利幅も薄いため)といわれている。

たとえば、超大手のサークルで、千五百円の本が二万部完売すると、売り上げの三千万円から、印刷費、諸経費を除いても、少なくとも二千万円は残る計算になる。さる同人誌では、原稿料が『少年ジャンプ』より高いうえ、打ち上げでは賞金総額数百万円の大ビンゴゲームが用意されているという噂もあるが、総ページ数が二百ページで、仮に原稿料が一ページ七万(つまり一冊の原稿料の総額は千四百万円)という破格な額であっても、充分賄えるわけで、あながち嘘とも言いきれない面もある。

もっとも、コミケの開催時間は、午前十時から午後四時までの六時間。分にして三百六十分、秒にして二万一千六百秒になる。同人誌を置く場所の空間的制約、一日六時間で捌くという時間的制約により、人気作家を抱える大手サークルとはいえ、だいたい一日一万冊が販売できる限界値だ。

実際は、千円の本を二種類ほど出し、各五千部で一千万円の売り上げというのが一般的なところだろう。

もちろん、こういった大部数を販売するには、同人誌だけの口コミによる知名度には限界があり、一般にも知名度のあるプロマンガ家の副業である場合も多い。

プロのマンガ家の裏アルバイト

●男性向け大手サークルの場合

発行部数の多い同人誌の大部分は、既存のアニメ・マンガ・ゲームなどのキャラクターを借用しての、エッチな描写をウリにしているものが大半だ。成年向けの商業誌にマンガを描いているプロのマンガ家がペンネームで描くケースも少なくない。

一般的に成年向け商業誌では、原稿料の相場(作家によって、それこそ天と地ほどの開きはあるだろうが)は、一ページ五千～一万円前後。毎月二十ページ描けば、一年足らずで単行本が出るのが普通なので、単行本の値段を一冊八百円前後として、印税一割、二万部発行ならば、単行本の収入は一冊につき百六十万円。年収に換算すると、二十万×十二カ月＋百六十万＝四百万円。もちろん、ここから税金を引かれ、画材等必要経費も消えて

いく。売れっ子の作家は別にして、多くのプロの作家の収入は一つの連載に対してこんなもんだろう。決して楽な商売ではないのだ。

　一方、同人誌の場合はどうか。一回のコミケで定価千円の本を二千部売ると、売り上げは二百万円。ここから印刷諸経費差し引いても百五十万円近くが残るはずだ。年にたった二回のコミケでも、単純に計算してもその倍である三百万円が収入になる。商業誌より同人誌を優先させたくなる気持ちもわかろうというものだ。なかには「同人誌が収入の柱」というプロの作家もいるくらいだ。

コミケ最大のマーケット

●女性向け同人誌サークルの場合

「女性向け」同人誌もまた、既存のアニメ・マンガ・ゲームなどのキャラクターを裸にしてエッチをさせるものが中心だが、「やおい」と呼ばれる、男性キャラ同士の絡みである点が特徴的である。コミックマーケット参加者の男女比は約三対七で女性のほうが圧倒的に多く、また、コミケ以外の即売会、通販、委託販売網なども整備されており、マーケットとしてはこちらのほうが大きい。発行部数が一万部を超えるサークルは「おビッグ様」と呼ばれて別格視されるという。

　なかには同人誌サークルから出版社を興した例もある。(株)吉祥寺企画(売上高二億二千万円、所得四千万円。出版社所得ランキング四百十九位。社員十三人／九三年資料)などは、もともとは同人誌の女性向け超大手のサークルであったが、九二年を境に企業化し、現在は、月刊と隔月のマンガ雑誌、月に数冊の単行本を出しているほか、直営店や通信販売で同人誌に近い形のものも続けている。

あくまで趣味の延長

●中堅サークルの場合

　パロディ、エッチ、プロの副業などのウリのない同人誌は、だいたいこのあたりに属する。採算分岐点で黒字あるいは小遣い稼ぎにはなるが、あくまで趣味の延長で、収入はかけた時間や労力に見合うほどではない。

売り上げは大赤字

●小規模・弱小サークルの場合

　あまり興味を持つ人が少ない分野の活動を趣味で細々と続けている、あるいは、同人誌活動を始めたばかりで知名度が低いサークル。印刷物は発行部数が多いほど一冊あたりの単価が安くなるので、百部程度の同人誌は原価が割高になる。制作費・参加費に対する売り上げは大赤字だが、数でいえば、こういった同人誌がコミケのほとんどを占めている。

　日本には何十万もの企業があるが、そのほとんどが零細企業とい

う現実社会における経済法則は、コミケの世界でも成立しているのだ。

――以上が、九四年の資料をもとに算出したコミケでの同人誌の売り上げだが、九七年現在では、参加者が二十五万人から三十五万人に増えているのに伴い、全体で動く額も三十五億円程度に増加していると考えられる。夏・冬合わせた年間では六十億円になる。

同人誌の知られざる市場規模

……と、ここまでの数字は、あくまでも、「コミケ」という一即売会での話だ。コミケ以外にも、東京、大阪、名古屋など大都市圏では数万人規模の企業系の即売会が毎月のように開かれている。地方の小規模な即売会も入れると、同人誌全体の市場規模はいったいいくらになるのだろうか？

東京では二万人規模の即売会が毎月のように開かれているが、単純計算すれば、一年でその参加者は延べ二十四万人。コミケに次ぐ規模の即売会を年に何度も開いている主催者は、年間の総動員数ではコミケを超えていると発表しているが、根拠のない話というわけではなさそうだ。名古屋と大阪での即売会が一万人規模だとすると、合わせて二十四万人。それぞれがコミケ一回分の参加者数に相当する。

もちろんその他にも、全国各地の小規模なものは無数にある。さらに、ここ数年、同人誌を扱う書店・古本屋などが急速に増加している。年間二回のコミケでの総売り上げ六十億円、これに、前記のコミケ以外の場所での同人誌の売り上げを加えれば、百五十億～二百億円という数字が予想されるが、現状を考えれば決して大げさな数字ではあるまい。同人誌のといえど、その市場は、決して侮れない規模にまで成長してしまったのである。

余談だが、コミケで広告を出しているような同人誌印刷所にはお互い横のつながりがあり、彼らが同人誌印刷の総売り上げを試算したところ、九四年の時点で、すでに年間六十億～七十億円もの売り上げがあったらしい。つながりのない印刷所を含めると正確な数字はわからないが、本の値段が印刷費の倍という同人誌作成の相場から算出すれば、ここからも総売り上げ百五十億～二百億円という数字が浮かんでくる。

これは、集英社、講談社、小学館に次ぐマンガ出版社である白泉社の売り上げを上回り、第四の出版勢力ということになる。

ブラックマーケットの終焉

もっとも、景気がいい話ばかりではない。九七年初冬、同人誌業界は震撼した。とうとう、というか、やはり、というか、わが世の春とばかりに裏収入を得ていた同人誌業界に、税務当局のメスが本格的に入ったのだ。

それまで同人誌作家の収入は、「趣味の延長」として見なされ、実際ほとんどが赤字であった時代から「同人誌は赤字」という建前のまま、実態は闇に包まれていた。しかし前述のようにサークルによっては年間数千万円もの利益を得る連中もいて、いつ税務署のチェックが入ってもおかしくない状況であった。

その結果、コミケ会場に税務調査が入り、各サークルの売り上げデータを押収したうえ、販売数の多いサークルに税務署から「納税のお知らせ」がなされるという事態を招いたのだ。

同人誌即売会の主催者は、とりあえずの処置として、参加サークル相手にお知らせの書類を出すやら、税金説明会を開催するやら、果ては同人関連の情報の載った雑誌等に、サークル向けの情報として「通信販売の手引き」と並んで「税金の払い方」が掲載されるなど、対応におおわらわとなった。

確定申告の経験がなく、印刷費や画材などの諸経費の領収書や帳簿はろくに残っておらず、修正申告に応じたものの、過去の分もさかのぼって数百万～数千万円の追徴課税をされた人もあったという。

さるサークルでは、「納税のお知らせ」が届いた後、あわてて知人に原稿料等を払った形にするなど

して所得を分散して節税(?·)に努め、本来なら六百万円相当もあった所得をなんとか三百万円相当にまで落として申告し、事なきを得たそうだ。

これ以降、同人関係者が飲みに行ったり食べに行ったりするとき、領収書の取り合いなど微笑ましい(?·)光景があちこちで見られるようになったほどだ。

コミケの経済効果　その①

さて、ここからは、ちょっと変わった側面から、市場を見ていこう。

まずは、コミケが会場周辺に及ぼす経済効果から。

常設の遊園地やテーマパーク、一定期間の博覧会等のトータルの集客数にはかなわないものの、三日間で三十五万人(夏)、二日間で二十五万人(冬)と、短期間にこれほどの集客力のあるイベントは類を見ない。この数字は、地方都市の人口に比肩する。人の集まる所、食・住・交通機関等、地域に大きな経済効果をもたらすことは、想像に難くない。

参加サークルの県別構成の資料によると、東京都内二八%、埼玉・千葉・神奈川三五%、その他三七%、となる。この数字をもとに、サークル参加と一般参加の比率が同じと仮定して経済効果を推測してみよう。

●ジュース

夏の会場は暑い。のどが乾くのでみんなジュースを飲むため、自動販売機やスタンドの前には長い行列ができる。三十五万人が一人二本ずつ飲むとすると七十万本。売り上げは百十円×七十万本＝七千七百万円になる。

●食事

暑いなか、本を抱えて動き回れば腹が減る。暑ければソフトクリームなど冷たいものも食べたい。食事や軽食に使う費用が平均千円とすると、千円×三十五万人＝三億五千万円。

●交通費

サークル参加と一般参加の比率が同じと仮定する。都内からの参加者が交通費千円、埼玉・千葉・神奈川が二千円、それ以外が一万円(いずれも往復)とすると、(四十七都道府県の交通費と比率を求めればもっと正確なのだろうが)平均の交通費は千円×〇・二八＋二千円×〇・三五＋一万円×〇・三七＝四千六百八十円。これが三十五万人で、JR等の交通機関に落ちるお金はざっと十六億四千万円。

●宿泊費

首都圏外からの参加者のうち、一泊する人が半分いるとすると、三十五万×〇・三七×〇・五＝六万五千人。三千円のカプセルホテルからビジネスホテル、普通のホ

テルまでピンキリだが、なかにはウィークリーマンションを借りる人もいる。平均五千円とすると、五千円×六万五千人＝三億二千万円。

ちなみに、この期間は都心部の安いビジネスホテル、カプセルホテルは満杯になるので、都心部にお勤めのサラリーマンの方は、ゆめゆめホテルに泊まるほど残業しないことをお勧めする。

●宅配便

小部数の場合は同人誌を担いで持ち込む人、持ち帰る人もいるが、大部数の場合、とくに地方の人は宅配便を利用する場合が多いが、持ち込むときは印刷所のトラックが直送する場合も多いので、ここでは持ち帰りの場合だけを考える。「持ち帰り」組で宅配便を利用するのは、「売れ残ったサークル」および「たくさん買った人」であろう。一箱に五十冊入るとして、全体で百万部売れ残ったとすると、売れ残りの箱は百万÷五十冊＝二万個、さらに三十五万人のうちたくさん買った二十人に一人が宅配便を利用すると、こちらは一万八千個で、合計三万八千個。一箱の料金が千二百円とすると、単純計算をしても、ざっと四千六百万円。

以上のように、コミケでは、会場内部で巨額の金が動くのみならず、周辺にも二十五億円近い大きな経済効果をもたらすのである。

同様に、同人誌全体に枠を広げてみるとその経済効果はどうなるか。以下で考えうる要素を並べてみた。

コミケの経済効果　その②

●同人誌周辺マーケット／即売会主催会社

現在でもアマチュア主催の小規模な即売会が無数にあるが、大規模な即売会は企業主催で組織的に開かれている。前述のコミケも、アマチュア有志による実行部隊と、金銭の管理をする企業部門に分かれている。大きな即売会になると、サークルの場所代、カタログ収入、広告収入等で年間数億円の売り上げがある。

●印刷会社

同人誌の印刷は多品種少量生産、かつ特殊な装丁だったりするので、同人誌専門の印刷所や、専門の部門を備えた印刷所が主に印刷している。相手がアマチュアだけにあまり高い印刷費は取れないので、持ちつ持たれつの関係になっている。同人誌即売会がないと商売上がったりなので、即売会の後援や主催をする企業もある。現在は書店売りの影響で発行部数が増えているので、受注総額は七十〜八十億円であろうか？

●アンソロジー

小出版社がアマチュア以上プロ未満の同人誌作家たちの作品を集め、商業ベースで一般の書店で販売するもの。内容的には、同人誌の原稿をそのまま再録するものもあれば、同様のものを描き下ろしてもらうもの、法的には、元になったキャラクターの出版社が直接出す場合もあれば、使用許可をきちんと取るもの、ゲリラ的に出版して場合によっては出版差し止めになるものまでさまざまである。

●書店販売／通販代行

同人誌は一般に日曜や祝日にイベントホールを借りて一〜二日だけ行なわれる「同人誌即売会」で取引されるのが主流だが、サークルと店が直取引して一般の店舗で常設販売されているものもある。九一年規制（※注）で一時は下火になったが、ここ数年急速に増えてきている。マンガ中心の書店や古本屋の一コーナーの場合が多いが、同人誌専門の書店も東京都内では秋葉原、御茶ノ水、神田などに点在し、こういった店ではカタログを使った通信販売も行ない、一店舗で一種類の同人誌を数千冊売り上げることもある。自分の車を売った資本を元手に開業し、わずか数年で数店舗を構えるようになった立志伝中の人物もいる。

●古同人誌

「たまごっち」や「エアマックス」の例を挙げるまでもなく、本来の価格がどうであれ、入手困難なものは需要と供給によって末端価格

が決まるのが資本主義の習い。ましてやブツも少なく、「趣味のためならいくら出しても惜しくない」というディープなマニアの多い同人誌や発行部数が少ない同人誌にはプレミアが付きまくり、数百円の同人誌が数万円から場合によっては数十万円の値がづくこともある。

九一年規制以前の同人誌はとくに高値がついている。それまでマニアや知人間で細々と取引されていたものが、同人誌を扱う古本屋や、パソコン通信、インターネット、個人情報誌等の個人間取引の可能なメディアの出現により、古同人誌の取引が加速された。同人誌を購入したその足で古本屋に直行し、数倍の値で転売する猛者もいれば、組織的に即売会で「仕入れる」古本屋関係者もいる（もちろん古本屋はさらに数倍の値で販売する）。

〈※注：九一年規制〉

九〇年から九一年にかけて、アダルトコミック、アダルトパソコンソフトへのPTA等の圧力が強まり、市販のものでも摘発・販売停止・回収騒ぎが起き、露出度が自主規制されたうえで「成年向」などの表記がなされるようになった（ヘアヌードブーム以後、アダルトコミックも何事もなかったように露出度が上がっている）。このときまで同人誌では「マ〇コもろ見え」（といってもマンガだが）のものが堂々と発行されていたが、いくつかのサークルが検挙され、それ以後は御法度となった。

●海賊版同人誌

同人誌のマーケットに目をつけた誰かが、同人誌をそのまま複製して、古本／新古本ルートで販売している。元となる「同人誌は数十ページの薄いものが多いので、数冊をアトランダモオますので・・」といちおう断わりを入れたうえで、「全ページ紹介」するという巧妙なものもある。パクられたサークルが結束して反対運動をする動きもあるが、他人のキャラをパクっている弱みもあってか足並みが揃わず、せいぜい「買わないようにしよう」というチラシを撒くなどの啓蒙活動が関の山で、事実上泣き寝入りの状態になっている。前述の書店販売など、正規の流通ルートが整備されるに従い、徐々に下火になりつつある。

●海外海賊版同人誌

香港、台湾、タイ等の東南アジア諸国はコピー商品天国。ブランドものバッグや時計、スニーカー等のコピー商品はもちろん、正規版が出るようになってやや下火になったが、日本のマンガの翻訳海賊版もある。どういうルートで流出し、どういう基準で翻訳しているのか不明だが、こうしたマンガのなかに同人誌の海賊版も交じっている。東南アジア諸国では（コピーが氾濫しているがゆえに）ビデオCDが日本より普及しているが、日本の同人アニメをビデオCDにしたものも売られている。

●インターネット裏通販

インターネットでは低コスト、低リスクで通信販売が可能である。日本の同人誌を一ページずつパソ

コンに取り込み、パソコンで見れるようにしたCD-ROMがアメリカのサイトで販売されている。海外では日本の同人誌を入手するのは非常に困難なので、こうした需要もあるのだろう。同様に、日本のアダルトゲームの画像だけ見られるようにしたもの、日本のパソコン通信、インターネットで公開されているアマチュアの公開した画像を詰めたものなどもある。

その他の同人関連品

●グッズ

便箋、シール、バッジ、カード、Tシャツ、タオル等、コミケを「お祭り」と捉えた縁日的アイテムとして少量生産される。これらのものは「グッズ」と呼ばれる。

●同人ソフト

ゲームソフトを中心にパソコンソフトが「同人ソフト」として、コミケ等でフロッピーディスクの形で販売されている。

パソコン通信、インターネット等のコンピュータ・ネットワークの発達したアメリカでは、アマチュアの制作したパソコンソフトは、無料のものを「フリーウェア」、有料のものを「シェアウェア」と呼んで、主にネットワーク上で配布されていたが、日本ではネットワークが普及する以前から、「同人ソフト」の形で発表されていた。ネットワークの普及によるものか、徐々に下火になりつつある。

パソコン等、初期設備投資は大きいものの、数十円のフロッピーディスクを数百円から千円で売れば同人誌に比べて利益率は大きく、数千本販売して数百万円の利益をあげるところもある。これを元手に市販ソフト（多くはパソコン用アダルトソフト）の会社を興すところもあるが、成功例は少ない。

なかには、本来アマチュアに開発情報を公開していないゲーム専用機（スーパーファミコンなど）のソフトを制作するところもあり、技術力を競っている。

近年はゲームソフトより小人数で手軽に作れる、コンピュータで描いたイラスト集（「CG集」と呼ばれる）が主流になり、ソフトウェアの大容量化により、フロッピーディスクでなくCD-ROMやCD-Rのものも見られる。

●同人ビデオ

格好よく言うと自主制作映画ということになるが、特撮モノが細々と作られている。アニメーションを作るのは非常に手間がかかるので、同人アニメはまだ数は少ないが、コンピュータによるアニメーション編集ソフトが安価に出てきたため、徐々に増える傾向にある。

●ガレージキット・フィギュア

市販のプラモデルに飽き足らなくなった人が、自分で型を起こして生産しているもの。ロボットやメカのモデルに対し、キャラクターや人物モデルをとくに「フィギュア」と呼ぶ。マンガ・アニメ等のキャラクターに関しては、即売会当日のみ販売を許可する「一日版権」を取得して著作権等をクリアしている。利益率は大きいものの、型が劣化するため大量生産ができず、マーケットとしては小さい。

●コスプレ

マンガ・アニメのキャラクターの仮装をするもの。同人誌即売会で「目立つ」「キャラクターになりきる」お祭り騒ぎとして始まったものだが、近年ではコスプレ専門の集会も開催される。さらには、こういった「アニメキャラとエッチできる」ことをウリにした「コスプレイメクラ」まで登場し、コスプレショップの大口顧客といわれている。

〈参考文献〉

『よい印刷屋さんのほん vol・4』
『日本の会社92000社 94年度版』（東洋経済）
『コミックマーケットカタログ』

PART 6

ブランド&海賊商品

闇商人たち

とばし携帯電話売買……一ヵ月で粗利六十万円

とばし製造工場・「名義屋」と呼ばれる人々

雨後のタケノコのごとく生産される、架空名義のタダがけ携帯電話。その製造の驚くべきカラクリを販売業者自身が明かす

山川歩（フリーライター）

「援助交際」という言葉がコギャルとともに、流行語になって久しい。聞くところによれば、いまだ、女子高生との「援助」の相場は、三万〜四万円の高値（?）が続いているという。

ところが最近、この「援助交際」の現場にちょっとした異変が起きている。一部ではあるが、現金のやりとりをしなくなってきたというのだ。もちろん、「タダで」というわけではない。「現金」の代わりにある〝モノ〟がやりとりされているのだ。

「携帯電話ですよ。これ目当てにわざわざ『援助交際』する子も、渋谷あたりには、けっこういるらしいですよ。まあ、携帯電話といっても、ただの携帯電話じゃないですけどね。『飛ばし』ですよ……」（渋谷の街頭にて、事情通の十代のフリーターの話）

「飛ばし携帯電話」とは、要するに、使用者とは無関係の第三者の名義で契約し、使用者本人はいっさい通話料金を支払わずに済むという、いわば「タダがけ」用の電話だ。電話会社側は料金を契約者へ請求するが、架空口座での登録だったり、名義人自身が姿をくらましている場合が多く、結局、踏み倒されて終わりになる。したがって、二、三カ月もすれば、回線を止められてしまう代物なのだ。

「なぜこんなものが欲しいかって? 考えてもみなよ。携帯電話やPHSは、今や女子高生の必需品だろ。だけど、通話料が高い。なかには、一カ月に十万円以上の通話料を請求されて、親にこっぴどく叱られて、携帯電話を取り上げられちゃった子もいるっていうじゃない。二、三カ月しか使えないっていったって、電話代だけで一カ月に五十万円分以上も使う連中もいるからね。そ

れなら、よっぽどこっちのほうが得さ」

かつての偽造テレカさながら……。

ここ数年、携帯電話やPHS、ポケベルといった新通信システムに群がる人の数は急増の一途を辿っている。携帯電話についていうと、平成四年度には全国で約百七十万件しかなかった契約者数が、平成六年度には約四百三十万件、七年度には一千万件を突破、八年度には二千万件を超え、平成九年十月現在では、約二千七百万件に達している。実に日本人の四人に一人が、携帯電話を持っている計算になるのだ。ちなみにPHSも平成九年十月の時点で、総契約数約七百万件にのぼっている。

この数字からもわかるように、携帯電話はもはや生活必需品として、国民にすっかり定着した感があるのだ。

が、その一方で、通話料がいまだ割高という印象はぬぐえない。平日の昼間で一分間約二十〜四十円程度。これに毎月の基本料約三千〜五千円を支払わされる。一日仮に三十分間携帯同士で電話をしたとすると、

毎月三万円以上の通話料が生じる計算になる。携帯電話とPHSの間での通話料は、さらにその何倍かになるのだ。法人登録ならまだしも、個人で契約するには、やはりこの金額は少々大きいといわざるをえない。

　こうした事情からだろう。このところ「飛ばし携帯電話」に対する関心や需要はうなぎ登りだ。一昔前の偽造テレカさながらに、渋谷や新宿、六本木などの街頭では、三〜六万円程度の値段でこの「飛ばし携帯電話」が売り買いされているという。「援助交際」の代償が「飛ばし携帯」——そんな時代になりつつあるのだ。

　では、いったい、こうした違法商品ともいえる「飛ばし携帯」は、誰がどのように売りさばいているのか。これまで何度となく、「飛ばし携帯」の実情を報じる記事が週刊誌等で報じられてきたが、その舞台裏をすべて暴露した記事は皆無に等しい。

　ならばというわけではないが、ここで、Uと名乗るひとりの人物（三十代前半）に登場していただこう。

　現在、Uは、都内を中心に、自分で手配した「飛ばし携帯」を一台三万円（PHSは一万円）で売りさばく業者のひとりだ。本職は車のディーラーだという。といってもただのディーラーではない。全国各地で盗難されたベンツなどの高級車を、裏の業者から買い上げて、転売することを生業としている。「飛ばし携帯電話」売買は、あくまでも副業であり、儲けは約五、六十万円程度。本業のほうで、毎月五、六百万円も儲けを出しているのと比べると、こちらは小さな商いだ。

「商売というより、ほとんどサービスみたいなもの。優良な客に、車のサービスとしてつけてあげたりするほうが多い。え!?　どうやって作るのかって？　要は、いかに名義人を探すかってことだろ」

　以下で、その詳しい手口を紹介していこう。

一枚の身分証明書で十個の電話

　Uと「飛ばし携帯」の出会いは、一年ほど前までさかのぼる。街で偶然、「激安」の携帯電話を入手したのがきっかけだった。

「最初は普通の携帯電話と思って買ったんだよ。本体はソニー製のけっこういいやつだった。一万円ちょっとだったかな。ところが、使ってみると、いつまで経っても請求書が届かない。こいつは都合がいいなと思って、使い続けていたら、三カ月ほどして電話が突然使えなくなった。早い話が『飛ばし』だったんだよ」

　後に調べてみると、その「飛ばし携帯」はもともとは千代田区内のツーカーセルラー系の携帯電話販売代理店のものだった。

「この代理店というのが、以前は自社名義で契約した携帯電話のレンタルなんかをしていたようで、そこで扱っている携帯電話はすべて一度代理店名義で契約したもの。それを顧客に転売していた。販売する際には、名義変更をする形で対応していたらしいんだ。

　ところが、その後、不景気の折で経営難に陥った。一時はある金融業者から借金をして急場をしのいだらしいが、結局、倒産してしまった。で、その債権業者が借金代わりに、代理店に在庫として残っていた大量の携帯電話を回収していったわけだ。こ

れがみな会社名義で契約してあったため、後に一万円ぐらいで出回ったというのが真相らしい。どうやら売った業者のほうも、最初から『飛ばし』として扱っていたみたいで、ペーパーカンパニーを作って投げ売りしていたんだな、これが。当然、売るだけ売って、後はトンズラというパターンだったんだろうけど」

こうした事実が判明したとき、Uは、「飛ばし携帯電話」に意外と需要があるんじゃないかと、直感したという。

「それなら、いっそのこと自分で『飛ばし携帯』を作っちゃおう、と考えたわけだ。携帯電話の加入手続きは恐ろしいほど単純だろ。これならオレにもできるんじゃないかって、すぐに思ったね。

で、実際にはどうやったのかといえば、とりあえず、運転免許証や生命保険証などの身分証明書を提供してくれる人を見つけてくる。そして、その人の名義でまず銀行口座を作るんだよ。振込金額なんて、別に百円、二百円でもかまわない。とにかく口座があればいいんだ。

そして、今度はその身分証明書を持って、携帯電話を投げ売りしている電気店やディスカウントストアに行くわけだ。あとは、身分証明書の名義の名前を騙って、適当に好みの携帯電話を購入する契約を結べばいいだけの話だろ。簡単なことさ」

たしかに、ちょっと前までは、一枚の身分証明書でその場で三台の携帯電話を購入できた。今はチェックが厳しくなり、二台になったが、翌日にまたその店に行けば、再び二台の携帯電話を購入できるという。

そんな作業を繰り返せば、一枚の身分証明書で、だいたい十台前後の「飛ばし携帯電話」を作ることができるのだ。同じことを代理店や電話会社を変えて行なえば、大量の「飛ばし携帯電話」を作り出すことも可能だろう。さほど難しい作業ではないのだ。

「NTTドコモには直営店もあるから、そこでも作れるけど、契約するときに二万円ほど払わなくちゃいけないから割高になる。だから直営店じゃなくて、販売委託を受けている代理店でやるんだよ。代理店なら一万円ほど最初に払うだけで買える。それに外部の販売店だと、チェックもより甘い。オレがお得意様にしているのも、そんな外部の代理店だよ。

ただ、それでも一万円で仕入れて、三万円で売るのは、必ずしもうまみのある商売じゃないね。だから自分の客へのサービスや情報や品物の代金代わりに『進呈』することのほうが多いんだよ」

名儀屋の暗躍

……と、ここまで聞いて、読者は疑問を持ったにちがいない。名義人さえ見つかれば、「飛ばし携帯」は簡単に手配できるというのは誰しも理解できるが、では、この名義人をどうやって探すのか。

名義を貸した人間は、当然、通話料を支払う義務を負う。仮に、支払いを拒否しても、負債は残り自分の名前はブラックリストに記載されるのがオチだ。そんなリスクを負ってまで、他人に名義を貸す人間などいるはずがない。かといって、架空口座の開設と違い、契約時には、本人の銀行口座と身分証明書が必要となる。両者を架空のもので揃えるとなると、けっこう手間がかかる作業だろう。しかも、こういった架空

の名義人では、すぐにばれてしまうという。そのため、「名義人は、あくまでも実在の人間でないといけない」と、Uは事もなげに言うのだ。

いったい彼は、その「実在する」という名義人をどのように調達するのだろうか。ここからがいよいよ本題である。

「いちばん簡単なのは、借金でクビが回らなくなった人間から、借金のカタとして身分証明書を取り上げること。オレは、自分が貸している場合もあるし、人から取り立てを頼まれることもある。しかし、オレらに借金を申し込むなんてやつは、すでに返済能力がないようなやつばかり。そういった連中には、借金返済の代わりに、人生を『飛ばし』てもらうんだよ」

多重債務者でサラ金のブラックリストに載ったような人たちの身分証明書でも、携帯電話を買う際には見事に通用するという。というのは、電話会社は金融業者みたいに顧客の債務事情までを詳しく調べたりしないからだ。

「だから、何も取り立てる金や財産がない人間であっても、身分証明書一つで最後に数十万円のお金を作ることが可能なんだよ。その身分証明書で銀行口座を作って、『飛ばし』の携帯電話やクレジットカードを契約しては、それらを売りさばけば、かなりのお金は作れるよ……」

しかし、そうそう借金に苦しむ人物が都合よく出現するとは限るまい。実は、Uにはもう一つ「奥の手」が用意されているのだ。いわゆる、「名義屋」と呼ばれる人たちである。

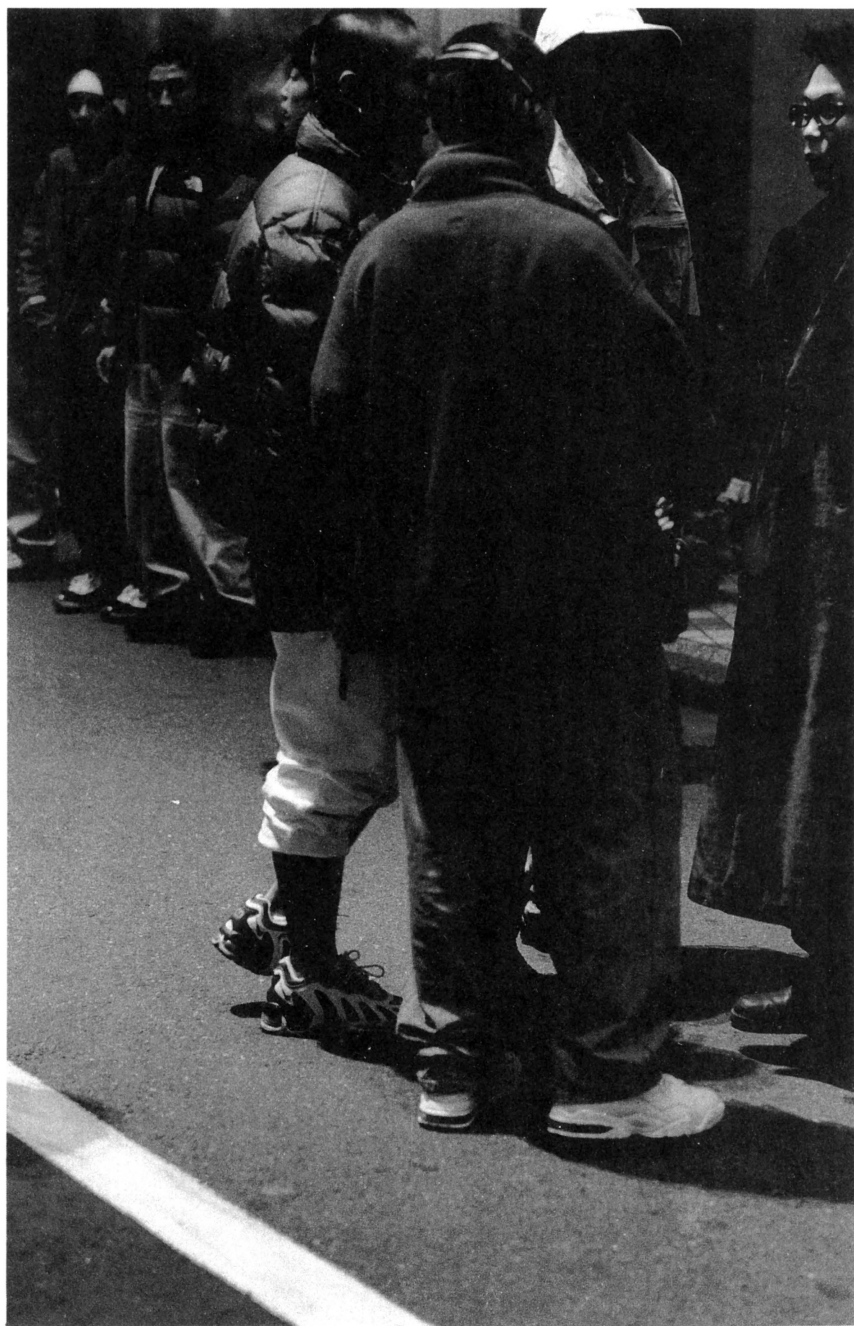
「『名義屋』っていうのは、いうなれば、飛ばし人間製造工場みたいなもんだな。つまり、実在する人間の名義、銀行口座、戸籍上の書類などを販売する人たちのことをいうんだよ」

Uとつきあいのある「名義屋」は八人ほどのグループだそうだ。この八人は、戸籍上、つまり法的には一人の「親」と七人の義理の「息子」という間柄であり、住民票に記載されている住所も、「親」と同じ住所になっている。この「親子の関係」は、「名義屋」という商売を行なうにあたって便宜上申請した、仮の関係にすぎない。そのカラクリは、つまりこういうことである。

まずは、この八人が、住民票に記載された住所と名前を使って銀行口座を開設する。この時点では、銀行に登録する名義や住所は本人のものなのだから、何の問題もない。口座開設は、至って簡単だ。

その一方で、「親」の住所に電話回線を新たに一本引いてペーパー上の「会社」をでっち上げ、ここでもまた、会社名義の口座を開設する。いずれの場合も登録されている名前、住所、電話連絡先などはすべて本物である。また、八人を先のペーパー会社の経営者と従業員という形にしたうえで、社員証なども発行し、場合によってはこれを身分証明書として活用する。

彼ら八人は、こうして手に入れた「本物」の銀行口座や社員証などの身分証明書を、名義とともに第三者に販売するのだ。

同様に、開設した銀行口座や社員証をフル活用して、本人名義で一般電話や携帯電話、カードC、果てはクレジットカードなどの契約まで済ませてしまうという。もっとも、こちらはあくまでも自分たちが利用するために契約するのだが、場合によって

第三者に販売することもあるという。ちなみに、Uは、名義とは別に、彼らが契約したカードCを一枚五千円で仕入れて、三万円で販売しているそうだ。

個人の名義で契約する際に使う身分証明書は戸籍抄本である。また、運転免許証を持っている人間は運転免許証を使うこともある。その場合、自分の名義や住所が変わるたびに、変更したり、時には紛失したと偽って、再発行してしまい、そ知らぬ顔をして使ったりするという。

さて、すでにお気づきだろうが、八人の名義や口座は、第三者に渡った後に、すべて「飛ばし」に利用されるのだ。彼らは、口座の名義や住所がすべて自分自身のものであることを承知のうえでこれを行なう。もちろん、だからといって、彼らがすべてを肩代わりするというわけではない。自分自身が利用した電話やクレジットカードの支払いですら、初めから支払うつもりなど毛頭ないのだ。

二カ月ほどすれば、当然、一連の「飛ばし」グッズの契約銀行口座は、引き落としの日を迎えてパンクする。「踏み倒し」が露見すれば、口座自体も押さえられ、新たな契約はいっさい不可能になる。そればかりか、返済の執拗な請求が彼らのもとにやってくることになる。

では、その後八人はどうするのか。当然、返済の請求から逃れるために、いったんどこかに身を隠すことになるのだが、彼らが「名義屋」たる所以は、実はその後の身の振り方にこそある。

ほとぼりがさめた頃、「親」にあたる人物が、別の第三者と養子縁組をするのだ。つまり、名字が異なる新たな人間が八人誕生し、再び「名義屋」として、前述のような行動を繰り返してゆくというのである。

こうした不自然な養子縁組は、戸籍を見ればすぐに判明するのだが、大方の契約は戸籍まで調査することがないため、彼らの「名義」は商品として、充分通用するのだという。まったくあきれた話なのである。

未収二百億円の裏側

さて、仮に名義人が手配できたとしよう。だが、連日、同じ名義人で携帯電話を繰り返し購入するのである。代理店や電話会社の人間に怪しまれるということは、ないのだろうか。私がそんな疑問を投げかけると、Uはさもこちらを馬鹿にするような目つきで、「そう思うだろ。ところが、そうじゃないんだなあ……」と、笑った。その理由を以下で説明しよう。

携帯電話市場は想像を絶するほどの巨大さを誇る。たとえば、平成八年度のＮＴＴドコモの営業収益（売上高）は、なんと九千五十二億円、経常利益は六百五十九億円を誇る。ＮＴＴドコモの携帯電話市場でのシエアを約六割として、今年度の売り上げの伸びも計算すると、携帯電話市場全体ではなんと二兆円産業、波及効果まで考えるとちょっと想像もできない規模ということになる。

その陰で、携帯電話料金の「踏み倒し（未払い）」の金額も巨大なものになっている。その金額は平成八年度の時点で、年間二百億円に達するという。「飛ばし携帯」による被害が、そのうちどれくらいを占めるかはわからないが、洒落にならない規模であることは想像できる。だから電話会社各社は、

すでに三、四年前から「飛ばし携帯電話」対策を講じているのだ。
たとえば、東京デジタルホンは九四年四月にサービスを開始し、初年度で五万人のユーザーを獲得したが、なんとその五分の一に及ぶ一万人の通話料金、約一億円は未徴収のまま踏み倒されてしまったという。
そこで翌年から、さっそくユーザー本人の再確認のための電話や手紙での通知サービスを開始し、これに正しい応答のないときには、「要確認」マークが顧客リストに載せられた。つまりブラックリストに載せられ、ユーザー確認がとれないことが判明した時点で、即座に電話サービスを打ち切るのである。

　電話会社各社とも状況は同じだったので、通話料未徴収額の拡大を手をこまねいて見ていることはなかった。東京デジタルホンのような対策のほか、一カ月間の通話料金が十万円を超えるなど、異常な額に達した客については、ブラックリストに掲載してチェックするようなシステムを相次いで導入したのである。

　それでも未徴収の金額は、売り上げの伸びに歩調を合わせるように、年々、倍々ゲームで膨らんでいった。そして昨年度はついに二百億円に達したのである。

　対策を講じているにもかかわらず、こうした数字が計上される理由を、Uはこう解説する。

「さっきも言ったように、NTTドコモは一部に直営店を持っているけど、ほとんどの携帯電話会社は販売を外部の代理店に委託しているわけ。各販売代理店は契約数を増やそうと激烈な販売競争を展開し、とくに九六年からPHSのサービスが始まると、

その過熱ぶりは常軌を逸脱したものになったんだよ。

各電話会社ともに生き残りをかけて、契約数を増やそうと焦るあまり、さまざまなインセンティブ契約を販売代理店や取次店などと結んだ。このインセンティブ契約っていうのは、つまりは『報奨金』のこと」

「報奨金」とは、契約を一つ結ぶごとに、電話会社から販売代理店に支払われるバックマージンのことだ。たとえばNTTドコモの場合、契約を一つ結ぶごとに最高で二万三千円ものバックマージンを販売代理店に支払ったりするという。これなら、販売店はタダで携帯電話を配ったとしても、儲かる仕組みになっているのだ。しかも、インセンティブ契約の金額は、契約数を増やせば増やすほど上がっていくのだそうだ。

壮大なマッチポンプ

かくして各販売店は先を争って契約数の拡大に走り、本体価格が十円や一円という激安形式だけでなく、なかにはアンケートの謝礼や体験モニターと称して、本当にタダで携帯電話を配る業者も現われた。電話会社の「契約回線数を増やしたい」という要求と、販売代理店の「報奨金をたくさんもらいたい」という両者の打算のうえでの必然的な結果である。

「つまりは、こういうことだろ。一方で一生懸命『飛ばし携帯』対策にさまざまな措置をとりながら、もう一方で、契約数を増やしさえすれば何をやってもかまわないという『飛ばし携帯』を増長させるようなことを、業界をあげてやっていたわけだよ。壮大なマッチポンプだな、こうなると……。

オレが何度も何度もいろんな名義で何十台もの携帯電話を同じ店から購入しても何も怪しまれないというのも、そのためだ。『飛ばし携帯』を扱っていることは、先方も薄々感づいていると思うよ。でも、オレは逆に店員と顔馴染みになって、『また携帯ですか？』なんて、挨拶されるほど。まるでお得意さん扱いだよ（笑）」

携帯電話の販売代理店には、二次、三次の下請け店もある。そんな業者だと、「飛ばし」だろうが何だろうが、とにかくノルマとなる契約件数を達成しないと話にならないのだ。たとえ購入者が「飛ばし携帯電話」にしてしまっても、大量に注文さえしてくれれば、前述のように利益が出るから、貴重なお得意様になるのである。

本来、前述のモニター契約などは、半年以内に名義変更や解約をした場合、二万円の違反金をユーザーは支払わなければならないと定められている。また、それで未徴収金が出現した場合、販売した販売店側が負担するのが筋である。

「しかし、現実には契約書や身分証明書、銀行口座などの書類を整え、さらに『半年以内に違反したら、反則金を支払います』という『誓約書』を書きさえすれば、それによって損害が生じたとしても、販売店の責任は免責される約束が結ばれているようなんだよ。契約数を増やすための際の処置だから、電話会社側も泣かざるをえないというところだな」

こうした背景があるため、Uは「飛ばし携帯」の契約に繰り返し臨んでも、販売店に感謝されこそすれ、購入を規制されることなんて事態には陥らないのである。

なんてことはない。「飛ばし携帯電話」を

作り出し、あるいはその増殖を許容していたのは、結局は電話会社を含めた業界全体の「利害関係」や「お家事情」なのである。その結果、一般のきちんと料金を払い込む「正直者の顧客」が、「未収二百億円」の損失を「通話料」の形で補填していくことになる。実にバカげた話なのである。

「もちろん、いつまでもこんな状態が続くとは思わないけどさ、利用できるうちは。電話会社や販売店が、もし本気になってオレのやっている『飛ばし携帯』を潰すつもりなら、簡単に潰せる代物だからね。でも、最大限利用させてもらうってことだよ」

当分は、Uのような業者の暗躍は、増えこそすれ、減ることはなさそうだ。

プレミア・ナイキシューズ・コピー品販売……一年間で粗利六千万円

偽「エアマックス95」バブル狂騒曲

定価一万八千円の品が、一時は十五、六万円という高値に。プレミア・シューズ人気の陰で進化し続ける、あきれるばかりの偽ナイキ市場の現在

石川清（フリーライター）

一昨年、日本国内で空前のブームと化した異常なスニーカーシューズ人気も、その後、終息したのかと思いきや、そうでもないらしい。定価一万円程度の品が、今でも平気で、五万円、六万円もの高額で売買されているというのだ。

相変わらずの人気の目玉は、「ナイキ」製のものである。

周知のように、ナイキのスニーカーシューズ人気は、アメリカのプロバスケットボールリーグ、NBAのスター選手マイケル・ジョーダンの人気に端を発する。全米はおろか世界中でジョーダン人気が爆発すると、それまで彼が愛用していたナイキ製のシューズも同様に注目を浴び、以後それが、世界中で爆発的な大ヒットとなったのだ。今から、五、六年前の話だ。

とくに日本国内では、若者を中心にブームが広がり、絶頂期にはオジサン世代をも巻き込んで、数百万人以上の人間がナイキシューズを買い求めるために奔走した。新モデルの発売日には、各地で長蛇の列ができ、即日完売という店も珍しくはなかった。

もっとも、後に高額のプレミアが付くほどのこうした異常人気の背景には、製造元であるナイキ側の巧妙な販売戦略が功を奏したという面も少なからずあるようだ。ナイキシューズの一モデルあたりの販売足数は一万足程度から多くてもせいぜい十万足あまり。つまり、需要に比べて極端に供給量が少なかったのである。

九五年に発売された「エアマックス95」などは、その代表格だろう。今や「伝説の」という形容詞がつくほどのプレミア品である。品数も少なく、定価一万八千円程度の品が、一時は十倍近い十五、六万円で取引

されていたというから驚きだ。最近になって（九七年秋）、その「復刻版」が一万足程度再発売されたが、このときも、発売当日に各地で長蛇の列ができ、復刻後数週間にして、五万円以上のプレミアムが付くほどの人気だったという……。

▼偽エアマックス詐欺事件

　ところがである。ここにきて、こうした異常プレミア人気を逆手にとった、「海賊版エアマックス」販売詐欺事件が相次いでいるのだ。新聞報道によれば、韓国から一足約五千円で仕入れた偽「エアマックス95」などを売りさばいていた埼玉県の五人組の通信販売業者が九七年十一月に逮捕。本物と偽り、それらを二万六千八百〜七万円で販売し、全国で約百八十人、総額千三百万円にのぼる被害が出たという。容疑者の五人は暴力団事務所の組長や組員たちだった。また、同じ頃、富山県や群馬県でも、偽エアマックスなどを通信販売していた業者が相次いで警察に逮捕され、全国で数百件、総額数百万円の被害が出たと報告されている。

　当然のことながら、これらコピー品は、正規の製造ルートを経ず、すべて闇ルートを通して生産・流通し世に出たものだ。もちろん、その多くが、「本物」として市場に出回るが、マニアのなかには、偽物と知りつつも、三、四万円もの価格で買いあさる人間もいるというからあきれた話だ。マーケットのあまりの大きさに、暴力団が有力資金源として、これらコピー品に目をつけ始めたという噂も、こうした報道を見る限り、あながち根拠のない話ではないのだ。まさにナイキ様々といった相変わらずの状況が、現在も進行中なのである。

　ところで、こうした偽物には、本物とは明らかに違う、いくつかのポイントがあるということは、これまでも指摘されてきた。代表的なものでは、「エアウィンド」（踵のところのエア）の違い——要するに、正規品は三カ所ある「エアウィンド」上の線が直線でつながっているが、偽物は若干上下にずれが生じているというもの。また、靴のベロにある「airmax」の文字も、正規品に比べ偽物のほうが、太くやぼったい作りに

なっているのも特徴の一つとして挙げられる。これら以外にも微妙に異なる点がいくつか指摘されているが、最近の傾向として挙げられるのは、前記のいずれの指摘にも当てはまらない、本物とまったく見分けのつかないきわめて上質な製品が、出回っている点だ。

今回、私が話を聞くことができた男も、そうした上質なコピー品を扱う業者のひとり。いまだ税関のチェックが甘い関西方面の空港を利用して、海外の工場で製造させたナイキシューズなどのコピー商品を大量に国内に持ち込み、年間六千万円(もちろん粗利)もの大金を荒稼ぎしている人物だ。

仮に、名前をNとしておこう。Nの表の顔は、輸入・卸の会社社長。もちろん、ここではコピー品は扱わない。同時に若者向けのファッション雑誌にも広告を出し、正規品の通信販売も行なっている。

一方、裏の顔である海賊商品のブローカーとしてのキャリアは、およそ十年。この世界では、いわばベテランだ。そのNの口から漏れてきたものは、プレミア人気の陰で進化した、あきれるばかりの偽ナイキ市場の現状だった。

▼上品質と粗悪品

「相場の六、七割の価格で売買されているものは、まず一〇〇%コピーと思って間違いない。今回摘発された連中は、どれも客に売りっぱなしだったんだろうね。それで客から苦情が出て、警察が乗り出したわけだよ。最近摘発されたのは、ほとんどが一、二年前のブームのときに出回ったコピー品だ。しかも劣悪な代物ばかり。

どれも韓国の町工場で、単に形だけを似せて作られたものだろ。ソール(靴底)のエアにも全然弾力がない。縫い目やロゴも荒くて、子どもが見ても偽物と一目瞭然でわかる。だから三万円も四万円も出して買った客は怒るわけだよ。すぐに警察に駆け込んだんだろ。

最近になって参入してきた業者は、目利きもできないから、ある意味では『ババ』を引かされたわけだよ。韓国には、昔の劣悪コピー品の在庫を捌けなくて、四苦八苦している業者がたくさんいるからね。そんなところへのこのこナイキのコピー品を仕入れに行っても、ひどいものをつかまされるのがオチさ。

オレはそんな下手を打つような真似はしない。不況、不況っていわれているけど、オレは毎月五、六百万円は儲けている。もちろん、そのすべてがコピー品売買というわけじゃないけどな。

調達ルートや捌き方が違うのよ。『エアマックス95』は、かなり上質なものを仕入れて、二、三万で卸してる。仕入れ値は、まあ一万てとこだな」

Nは、こう言って、開口一番、先の摘発業者の不甲斐なさを嘲笑った。

九七年秋に再販された前述の「エアマックス95」には、少なくとも五、六種類のコピー品が市場に溢れたのだが、一連のコピー品はさらに大きく上質なコピー品と劣悪なコピー品の二つに分けられるという。先の二件の摘発業者が扱った品はもちろん後者であり、その多くが、これまで週刊誌等で報じられた韓国の町工場で数年前に製造された、単に表面的な部分のみを似せて作ったコピー品なのだそうだ。その売れ残り

すべて偽物のエアマックス

商品が、最近、暴力団の資金源として、国内に流通し始めたという。

では、前者――つまりは、Nが扱うような「本物とは見分けがつかないという〝上質なコピー品〟」は、いったい、どのように密造されて、日本国内に持ち込まれるのか。

まずは、コピー品密造のからくりから話を進めよう。

▼海賊エアマックス95の出所

「ナイキが九七年秋に『エアマックス95』の復刻版を販売した直後に、新たに『エアマックス95』の大量のコピー製品が、国内市場で出回ったんだよ。もちろん、劣悪品じゃない。この新しいコピー品は、きわめて精巧にできていて、素人目には、まず判別がつかない代物なんだよ。なぜかって？ナイキの工場で使った機械をそのまま使って作っているからだ」

つまりは、こういうことらしい。

二、三年前までのナイキシューズの生産中心地は韓国だった。「エアマックス95」もすべてこの韓国の工場で製造されたものだ。

ところが、最近、ナイキシューズの生産拠点が、人件費の安いベトナムや中国などへと移行。その結果、韓国では、ナイキとの契約を打ち切られたり、あるいは廃業に追い込まれる工場が出てきており、そうしたかつてのナイキ工場の機械類がヤミ市場に流出しているというのである。

　ちなみに、こうした生産拠点の移行の理由として、韓国国内での人件費の高騰ということがいわれているが、その裏側では、シューズの横流しや、副業でコピー品の製造に手を染めるものが後を絶たないという事情もあった。そのため韓国では、この間、コピー品製造の厳しい規制が繰り返し行なわれていたのだ。

「ナイキシューズの場合は、エアを注入したり、透かしのような細かい特殊な縫い目をつけないといけない。こうした細工は、ナイキ工場の純正の機械がないと無理なんだよ。ところが、最近の『エアマックス95』コピー品には、ちゃんと本物と同じようなエアや縫い目が施してあるわけ。これはつまり『本物の機械』を使っているからこそ、可能なんだよ。

『本物の機械をコピーする』なんて裏ワザもあるけどな(笑)。いや、冗談じゃないって。ナイキ工場に勤めていたメカニカルの技術者なら、機械の構造はよく把握しているだろ。そんな技術者のなかには、ナイキの工場から離職した後、自分でナイキシューズの機械を組み立てて、金にしている連中もいる。ナイキ様々さぁ。そんな機械も市場に出回ることになる。あきれた話だろ。

　俺が知っているだけでも、『エアマックス95』の復刻版のコピー品の出所は、三カ所。そこから、少なくとも五千足は日本国内に入ってきたんじゃないか。もちろん、純正品に限りなく近いやつがね」

　仮に、本物と同じ機械を使って、見た目は本物と寸分たがわぬ精巧なコピー品を作ったとしよう。しかしその場合でも、肝心の材料が劣悪なものだったら、やはり話にならない。

「そこがミソだな。実はシューズの素材は、ナイキから横流しされたもの。工場長クラスが協力すれば、素材の横流しなんて、意外と簡単なもんさ。素材が本物、そして機械が本物ならば、本物同様の質を備えた製品が出来上がるのも当然の話だろう」

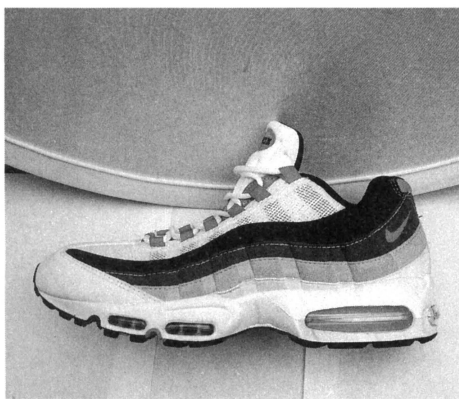
　ちなみに、ナイキのロゴマークの入ったラベルなどなら、一枚五十～百円で製造を請け負ってくれる業者は、韓国内にはいくつもある。ナイキだけではなく、アディダス、リーボックなど各メーカーのものを注文に応じてやってくれるほどだ。こうして生産された何百足にものぼる「エアマックス95」コピー品が、韓国の業者を通じてNのもとへやってくるのだ。

▼限りなく本物に近い偽物

　もっとも、こうしたコピー品の生産以前に、いまだにナイキの正規工場からの横流しが、少なからず関係しているという。もちろん、ナイキ側は、工場からの製品流出を抑えるため、かなり厳重な生産管理を行なっており、完成品をそのまま横流しするのは、現在では不可能な話だ。では、どうやってそれを行なうのか。「部品」の状態で、行なうのである。

　靴の場合、その構造上、上部の足を収めるアッパーの部分と、下部の靴底のソール

部分とに分かれている。このアッパーとソールを別々に外部へ流すのである。ただし、いくら「部品」とはいえ、おおっぴらに横流しすれば簡単にばれてしまう。そこで、以下のような手口が用いられているのだという。

コピー業者と裏で取引のある工場長が、自分の判断で勝手に「B」というスタンプを靴のベロの部分に押すのだ。いったんこのスタンプを押されたものは、規格外の「不良品」扱いされ、通常は廃棄処分となる。

エアマックス95／レディースモデル。こちらは本物

が、その不良品である「B」品を、廃棄せずに、別の町工場に運んでしまうのだ。

こうして別々に運ばれたアッパーとソールが、町工場でボンディング（接着剤でつなぐこと）され、まったく正規品と同等の「コピー品」へと仕上がるのだ。

「だから、靴に残るボンドの善し悪しを見極めれば、その靴が本物か偽物か、良品か劣悪品かの大まかな判別も、オレにはできるよ。

安物のボンドを使うと、まず匂いでわかる。本物はあまりボンドの匂いが鼻につくことはないからね。さらに安物のボンドだと、すぐにソールとアッパーがはがれてしまう。もし、ナイキのシューズを買うなら、この点だけは注意したほうがいいね」

さらに完成品であっても、本来なら千足製造するところを、本社には極秘で千二百足作り、余った二百足に「B」スタンプを押して欠陥品などに仕立て上げ、そのまま横流ししてしまうこともあるらしい。このやり方は町工場の技術が不充分で、管理体制が比較的ずさんな中国やベトナムのナイキ工場でよく行なわれているようだ。

これまでのNの話から、素材をナイキ工場から横流ししてもらい「本物」の機械を使用して行なわれるという、精巧なコピー品の生産工程は明らかになった。だが、話の流れから推測するに、この場合に生産可能なのは、あくまでも現在ナイキ工場で生産している製品についてのみである。素材の横流しが不可能な製造中止になっている製品の精巧なコピー品はどうやって生産するのだろうか。かつての人気モデル「ダンク」や「エアジョーダン」などの精巧なコピー品も、最近、巷には出回っているという。そのからくりを、Nはこう説明する。

「そんなの簡単な話さ。生地を、別の業者から仕入れるんだよ。韓国にはそれ専門の業者がいて、『本物』とはいわなくとも、それに近い生地をちゃんと手配してくれる。こういう業者は各地から上質な生地を仕入れているんだよ。で、それを、実物を分解してきちんと型取りして作ったひな型を使って裁断しながら、機械にかけて製造するわけだ。さっき言った〝本物〟の機械を使ってな。いってみりゃあ、一から作り上げた純然たる『コピー品』なんだけど、今じ

ゃあ、相当レベルの高いものが作れるようになった……。もちろん、ところどころをちょっと擦ったりして、年季が多少入っているような雰囲気に加工してやる。あとは値崩れしない程度に国内に持ち込んで売ればいいだけの話だろ。

製造中止の人気モデルなら、それだけ高額のプレミアムが付く。だから苦労して上等な『コピー品』を作っても、元がちゃんと取れるんだよ……」

▼税関は抜け道だらけ!?

さて、こうして極秘に生産された偽物を、Nは、現地で大量に仕入れ、コピー品に対する取り締まりが強化された税関を潜り抜けたうえで、それを国内で難なく売りさばくのだ。N自身、それをどのように行なうのか。ここから先の話は、いわば流通のカラクリである。

「オレはもう七年くらい前から韓国に食い込んでいるからね。韓国内に親しい現地業者のネットワークを持っているんだよ。たとえばソウルに南嶺門市場という商店街の一角があるだろう。あそこの界隈で店を構えている連中のなかに、コピー品を扱う親しい業者が何人かいるんだ。

基本的には店を構えている業者としかつきあわない。店を構えていない業者は、契約をすっぽかしたり、金を持ち逃げしたりするからね。

店を構えている業者で、なおかつ、『お金はあまり持っていないが、情報だけ持っている』連中を探すんだ。とくに上質のコピー品を扱う町工場を知っているなどの流通ルートの情報を握っているやつは貴重だな。そんな業者を見つけたら、近づいて何かの折にお金を貸すんだよ。五十万円くらいを『商売の資金に使ってくれ』とか言って渡すわけ。返却期限なんか設けずにね。すると彼らは感謝してくれるわけだよ。こちらが何も言わなくても、情報を勝手に持ってきてくれる。のみならず、自分の卸値と同じような金額で格安で商品を俺のところに流してくれるんだよ。

だから一度貸した金は、こちらから返却を迫ることはほとんどない。むしろ借り続けてもらったほうが、相手が自分に対して恩を感じ続けてくれるから好都合なのさ。

さらに、商売柄、俺にはアメリカにも強い仕入れルートを持っているという強みがあるからね。それも利用する。要するに、アメリカでニューモデルが出そうになったら、サンプルを仕入れて、韓国の業者に渡してあげるんだよ。すると、彼らは、すぐさまそれを精密に分解して、コピーを作っちゃうわけ。ニューモデルを他より早く仕入れられるってんで、韓国の業者にも充分うまみがあるわけだ。オレとつきあっていたほうがなにかとメリットもあるんだよ。そんなこんなで、韓国の業者からはあらゆる製品が卸値にちょっと上乗せした程度の格安で入手できるんだよ」

……しかし、問題は、現地で仕入れたこれらコピー品を、取り締まりが厳重な関税を潜り抜け、いったいどうやって国内に運び込むかである。残念ながら、手の内を明かすことは自分の首を絞めかねないという理由から、「関西方面の空港や港には、まだまだ抜け道が残されている」といった以外に詳しい話は、聞けなかった。

「ただ、いざというときには、関税は払っ

ても元値が安いのでかまわないんだ。それに摘発を受けるタイプのコピー品はあらかじめだいたいわかっているしね。ソールとアッパーが別のモデルのシューズをボンディングしたような海賊品などは、逆に既成品のリストにはないから堂々と通関できたりすることもあるしね……」

▼「表の顔」と「裏の顔」

方法は何であれ、こうして運び込まれた製品を、Nは大量に国内で売りさばくわけだ。

実はその際に、Nは、冒頭で書いた〝表の顔〟と〝裏の顔〟を巧みに使い分けるのだ。

つまりは、こういうことである。正規品を扱う会社とは別個に、架空のペーパーカンパニーをでっち上げ、このペーパーカンパニーを通じて、コピー品の卸を敢行するのだ。

「正規会社との取引のある小売店のオーナーが金貸しもやっていて、担保として取り上げた不動産物件を山ほど持っているんだ

よ。オーナーの了解のもと、マンション一部屋をちょっと貸してもらって電話回線を引けば、それで終わり。あとは、適当な会社名をつけて、コピー品の卸をするわけだ。
　実は今も韓国の業者が来ていて交渉中なんだけど、『レッドウィング』のシューズのUSモデルを二百足仕入れることにしたよ。日本ではプレミアムが付いて五万円の値段がついている代物だろ。もちろん、これも韓国で製造されたコピー品。韓国では、革製品のものはかなり精巧に作ることができるんだよ。このコピーは、プロのオレが見ても本物となかなか見分けがつかない見事な出来映えだった。
　この『レッドウィング』を目玉に、今回は、通信販売の広告でも打とうと思っている。売値は、そうだな、相場より少し安い三万円てところかな。もっとも、仕入れ値が一万五千円だから、二百足全部売れれば、それだけで、粗利は三百万円にもなる。他のコピーシューズやコピートレーナー、グッズも一緒に売りに出すけどな。このトレーナーだって、韓国の市場で流れている無地のやつに、勝手にナイキのロゴを縫いつけたりしたもので、原価は約三百円程度。これを約二千円で流す。こちらは、通信販売だけでなく、大手ディスカウントストアなどに、「本物」として卸すわけ。ああいうところでは、客寄せの目玉として五千枚とか大量に仕入れてくれるからね。まあ、売るほうも、偽物とわかって売るんだろうけど。それでも、一枚で千五百円の利益が出るとして、俺のところには、約七百五十万円の金が入ってくる計算になる」

▼コピー品業者の高笑い

　大胆にも、Nは、こうしたまがい品の広告をこれまで何度かファッション雑誌に掲載したという。雑誌広告の場合、きちんとした紹介者の仲介なしには、掲載を拒否されるケースもあるが、そういった場合には、正規の卸会社としての〝表の顔〟を最大限に利用するのだ。
「まあ、一人二役ってやつだな。〝表の顔〟からの紹介という形で、ペーパーカンパニーの広告を持ち込めば、これまでにつきあいのある雑誌社なら、たいがいOKだからね」
　ちなみに、コピー品の通信販売の期間は、広告が出てから二週間が勝負とか。二週間後には注文を締め切り、注文分の発送を済ませ、事務所も撤収してしまうのだ。まさに、売り逃げである。
　時には客から抗議や苦情が、広告を掲載した雑誌の出版社に寄せられることもあるという。当然、その矛先は、最終的には、紹介者である〝表の顔〟のほうに向けられる。出版社からの苦情はもちろんのこと、〝裏の顔〟であるコピー業者の居所の問い合わせがくるケースも考えられる。
「まあ、そのときはそのときですよ。あくまで善意の第三者のふりをすれば済むことです。実は自分も騙され、預けた商品を持ち逃げされた、などと言い訳をして、ごまかすしかないでしょ。自分も被害者と言えば、相手にこれ以上追及されることはないからね。ただね、そんな粗悪な『コピー品』をオレは売りつけるわけじゃないから、そんなに猛烈な抗議がくるとは思えないけどね」
　この場合、かかった経費は広告代と電話

回線代のみ。税金を払う必要のない膨大な儲けがNの手元に転がり込むことになる。
「ナイキに関して言えば、生産拠点の中心はこれからは中国でしょ。ところが中国の工場へは韓国の技術者が技術指導に行ったり、機械や設備がそのまま現地に送られたりしているわけ。だからオレがこれまで培ってきた韓国人脈は、中国に生産拠点が移っても、充分活用できるんだよ。実際、そうやって入ってきた中国製のコピー品がいくつか俺の手元にある。工場が中国に移っても、状況は変わらないさ。
たしかに一、二年前のような異常ともいえるナイキブームのバブルは、当分はこないかもしれない。しかし、日本人の若者には根強い『メイド・イン・USA信仰』があるから、当分の間は何らかのアメリカングッズに対するプレミアムブームは継続するんじゃないかな。定価を超える『プレミアム』が付く限り、その差額を利用した『コピー品』ビジネスは絶えることはないと思うよ。
だから、これからもそのとき、そのときの流行りを見極めさえすれば、純正品、コピー品それぞれをうまく捌いていければ、けっこう儲けられると思うけどね……」

実は半年前に八千万円もの借金があったというNは、当時タバコ代さえ事欠く状態だったという。知人に頼まれて連帯保証人になったのが徒になったのだ。書類にハンコを押しまくった挙句に、金を持ち逃げされてしまったという。
以来、〝表の顔〟と〝裏の顔〟をフル稼動して商売に専念した結果、借金の額は、今ではわずか一千万円ほど。
「貯金が一千万円以上あるので、全額すぐに返せないこともないんだが、下手に儲けているという噂が立っちゃうと、税務署にライバル業者からチクられたりしちゃうからね」
と、最後にNがニコリと笑った。
不景気などといった言葉はどこ吹く風。通常の経済観念などとは無縁の異常ともいえるプレミアム市場が巷を席捲している現在、それに寄生するNのような「コピー品」業者たちの高笑いは、当分やみそうにない。

偽ロレックスほか、海賊ブランド品輸入製造販売…二年間で売り上げ二億円

この商売、引き際が肝心だよ。

「この世界ではシロウト」だったというあるファッションショップ・オーナー氏が、ロレックスなどの有名ブランド品の海賊商品売買に参入し、二億という大金を手にするまで

加藤昭裕（フリーライター）

「やり方を間違えなければ、誰だって一億や二億の金を、一年もやれば稼げますよ。ひとたび当てれば、こんなおいしい商売はないんだから」

　こう、悪びれずに語るのは、ルイ・ヴィトンにシャネルにグッチ……およそ金になる有名どころのブランド商品ならなんでも商売にしてきた、という塩見秀明氏（仮名・四十六歳）。表の顔は、主に革製品などを扱うファッション・ショップのオーナーだ。

　もちろん、この場合の「商品」とは、偽ブランド品、要するに本家の威光をかさに無断でブランド名を語った、いわゆる海賊商品のことだ。

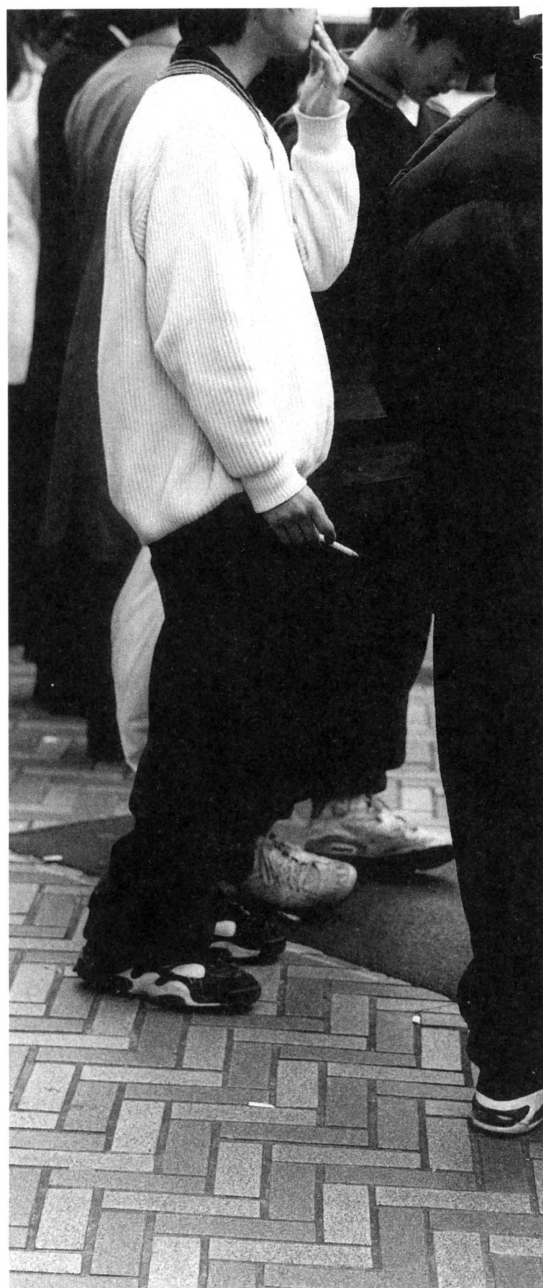
　八〇年代後半くらいから一気に火のついたブランド信仰を逆手にとった、こうしたコピー品が巷に横行し、問題になったのが今から六、七年ほど前のこと。まもなく、商品を扱う悪質な業者たちが相次いで逮捕され、商品自体はさらに地下にこもることになるのだが、塩見氏も、まさにそんなコピー商品最盛期にひと儲けした典型的な海賊品バイヤーのひとり。なかでも、ロレックスのコピー品売買では、たった六カ月で、一千万円以上の大金を手にするといった羽振りのよさだったという。

　断わっておくが、塩見氏は、いわゆる筋者でも、日頃からヤクザとつきあいがあるタイプの人間でもない。少々、目つきは鋭いが、海賊ビジネスの世界では、もともとはまるっきりのシロウトだったといっていい。逆に言えば、やり方さえ間違わなければ、誰でもひと儲けできる世界だということだ。

　少し前にもナイキの偽ブランド商品騒ぎがあったが、要は扱う商品の中身が変わるだけで、こうした偽ブランド商品の売買は、日本人のブランド信仰が続く限り、雨後のタケノコのように生まれる、永遠の地下市場ともいえそうだ。

　「シロウト」である塩見氏が、いかにしてこの海賊ビジネスの世界に参入し、短期間で大金をせしめるまでに至ったのか。少々、古い話だが、ロレックスの話を中心に、そのカラクリについて話を聞いた。

年間一〜二億円の利益

　偽ブランド物は七年くらい扱っていたけど、ホントおいしい商売だったね。金儲けってのはさ、目の付けどころと引き際なんだけど、あのときはこれがドンピシャだった。この商売だけで、年間で一〜二億の金が入っていたから。その頃、わりと好き勝手に遊んでてさ、欲しい車とかバイクとかいろいろ買って「けっこう使っちまったかな」と思っていても、年末に調べるとまだ二千万円くらい残っていたりね。ホント金には不自由しなかった。もちろん、それなりの苦労は

あったんだけどさ。
でも、裏の商売で儲かったなんて話をすると「こいつヤクザ者じゃねえか?」って思うだろ。ところがこれが違うんだな。もちろん、仕事柄ヤクザの知り合いはいるにはいるけど、オレ自身はまっとうなカタギだよ。だいたいブランドの商売に関して言えば、オレの知っている限りヤクザはほとんど絡んでないね。組織的な流通ルートがあってそれをヤクザが仕切っている、なんてみんな考えそうだけど、そりゃクスリとかもっとヤバい商売の話さ。ブランドの業界じゃ、ヤクザが大々的に管理しているっていう話は聞かないな。

なんでかって? きっと面倒くさいんだよ。いちおう非合法な商売だけど、それでもある程度アフターケアはしてやらなくちゃいけない。小売りに卸したシャネルのバッグが壊れていたり、売ったカルチェの時計が実は動きませんでした、なんて話はしょっちゅうだから、いちいちそんなクレームに対処してられないのさ。そのわりにはクスリなんかに比べて儲けも少ないしね。

だから、逆に言えばオレみたいなカタギでも、それなりに儲けることができたってわけ。ヤクザが全面的に管理していたら、おいしいところはみんな連中が持っていってしまうからね。

いかに本物に似せるか

オレがブランドを扱うようになったのは十年くらい前なんだけど、きっかけはひょんなコトだった。
たまたまオレのやっていたブティックに出入りしていた業者が、パチもん関係なんかも扱っていた

のさ。初めはそいつから商品を仕入れて、自分の店で小出しに売っていたんだけど、数カ月後には直接ルートを紹介してもらって、あとは独自のルートで自分だけで商売を始めたんだ。そのほうが安く仕入れられるからな。

　ひとたびルートができれば、あとは簡単さ。やることはルートから商品を仕入れて、小売りの連中に卸すだけ。小売りをやりたいなんていう若い奴は、昔の不良仲間関係を探せばいくらでも見つかるし。まあその辺は、アイデアと行動力次第。根性とハングリー精神さえあれば、誰だってできる商売なのさ。

　実際に当時オレが扱っていた商品は、シャネルやグッチ、エルメスにダンヒルなど、一般的に高級ブランドっていわれるものはほとんどあったな。そして、そのなかでもいちばんよく売れたのが偽ロレックスだったさ。

　よくこのテのコピー時計は、香港へ行かないと買えないと思っている奴がいるけど、コレは大間違い。簡単に日本で手に入れられるし、しかも製作工程の半分は、実は、日本国内で行なわれているわけ。

　どういうことかっていうとだな、まず大もとのルートは香港にある。これは普通の人の想像どおりだろうな。いちおうソウル・ルートってのもあるんだけど、あまり品質がよくないんで、オレはほとんど香港ルートを使っていた。そして、その香港で時計のガワ(ボディ)やベルトなどの各パーツを作る。別に秘密の工場とかじゃなく、その辺にあるような町工場でカタギの連中がセッセと作っているのさ。香港は取り締まりが緩いからな。そして中身の機械は、日本メーカーのムーブメントをそのまま使う。セイコーとかね。最近は日本製の時計も、アジアの工場で作られているのがほとんどだから、そこから中身だけを横流しさせたり、まあそれがダメなときでも、安物を大量に仕入れたりしてね。中身だけを取り出して使うのさ。

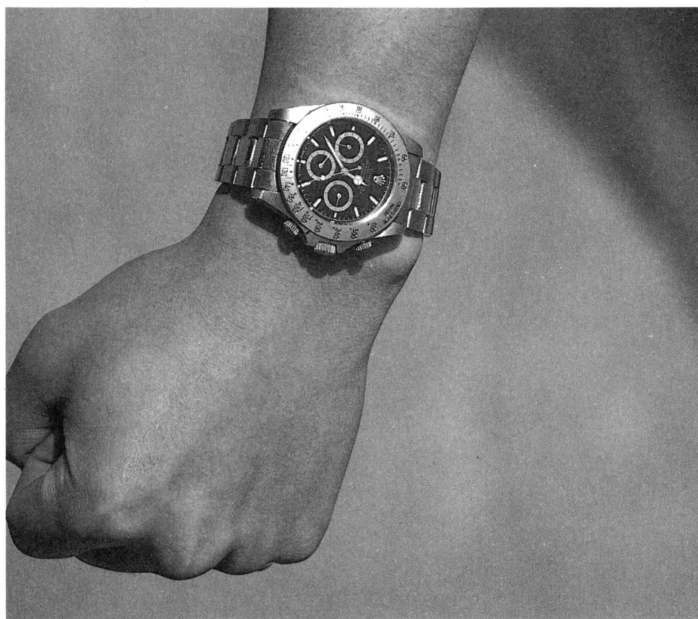
　で、この中身ってのがけっこう重要なんだ。本物のロレックスは、機械が自動巻きだから秒針がスムーズに動くだろ。でもコピー商品にクォーツ式を組み込んだら、秒針が「カチッ、カチッ」なんて動くから、いかにもモノ(偽モノ)って感じになるじゃない。だから、オレはたとえ割高になっても、自動巻きの機械を入れるように注文していた。たとえモノでも、こだわるところはちゃんとしなきゃな。これもまあ、うまい商売の秘訣だね。

大阪市内の組立工場

　香港で作られた各パーツは、バラバラのまま日本に輸入される。そして最終的な組み立ては、日本国内で行なわれていたのさ。場所はズバリ、大阪だ。大阪ってところは、この手の輩が、ほんと多いんだよ。他の地域にもあるかもしれないが、オレの知っている限り、コピー時計の組立工場は大阪市内に四軒あるだけだった。まあ、工場といっても別にちゃんとしたところじゃなくて、マンションとかの一室で二〜三人がせっせと組み立てているだけなんだがね。

　どうして香港で全部組み立てずに、こんな面倒くさいことをするかわかるかい。すべては税関をクリアするためなのさ。完成品の状態での輸入は、バレたら税関で没収される。コピー商品はいちおう輸入禁止だからね。でも各パーツごと、ベルトならベルトだけ、ボディならボディだけをひとまとめの荷物にして、それらを別々に輸入すれば、もし税関でチェックをされてもまったく問題ないというわけだ。完成品でなけりゃ、誰も手出しはできないのさ。まあ、あまり大々的にやると警察に目をつけられる可能性があるから、それなりに気を遣ってはいたけどね。

　いろいろと手間がかかるけど、こうして輸入されたパーツが、大阪の工場で組み立てられて完成品となる。それをオレが仕入れて、小売りの連中に卸していたのさ。小売りのルートはいろいろあったが、目立ったのはやっぱり外国人だったな。イランとかあっち系のね。奴らはオレからモノを仕入れて、上野や渋谷なんかの繁華街で捌いていた。店なんか持ってやし

これも偽ローレックス

ないよ。路上で売るのさ。二〜三個だけポケットに入れて、適当に金持ってそうな奴に声をかけるんだ。「オニイサン、イイ時計アルヨ」なんてね(笑)。それで交渉成立したら、その場で現物を渡してしまう。そしてポケットの在庫がなくなれば、その日の営業はオシマイ。一晩で三個も売れば、それだけで数万円の利益になるからな。もし店なんか構えていたら、オマワリに踏み込まれても言い訳できない。でも路上で捕まって、ポケットにロレックスが二〜三個入っている程度じゃ、警察も大した罪にはできないだろう。他のヤバい商品の売り方と、基本的には同じなのさ。

　モノにもよるけど、たとえばロレックスのデイトナタイプだと、オレの仕入れ値が一個一万二千円。そしてそれを小売りの連中に三万円で卸す。最終的には、四万程度の値段で売られていたようだな。他のタイプもだいたい似たような値段だ。意外と安いだろ。そりゃそうさ、別に本物だって嘘ついて商売していたわけじゃないからな。いわゆる〝パチもん〟として売っていたから、それほど高い値段がつけられるわけもないのさ。

仕入れ値百万円で売り値は二百万円

「偽モノを偽モノとして売る」なんてのは、この世界じゃまだ表向きの商売なんだよ。実は、もっとヤバくて儲かるやり方もある。それは簡単な話さ。「モノをホンモノとして売る」ってこと。オレたちの間では〝本物コピー〟って呼ばれている商品だ。

　どういうことかっていうとだな、まずはロレックスのガワやベルトなどの各パーツを、香港の工場で作らせる。これはさっきと同じだな。でも、今度は作りが全然違う。まったく本物と区別がつかないくらい精密に作るのさ。金を出せば、現地の工場だったら、けっこういいものが仕上がるんだよ。多少生産コストが高くなってもかまわない。後で、充分元が取れるからな。

　とにかく誰が見たって、本物としか思えないものを作るんだ。そしてこれらのパーツを、これまたさっきと同じようにバラバラのまま日本に輸入する。もちろん安全対策のためさ。重要なのはここから。この本物ソックリに作られた入れ物に、本物の中身を入れてしまうんだ。

「それじゃほとんど儲からないだろう」だって？　まあ、聞けよ。話はまだ終わっちゃいないんだから。

　まずは中古のロレックスを、正規のルートで仕入れる。これは、いちばんグレードの低いヤツでい

いんだ。金メッキとか何もされていないね。中身が動いてさえいれば、外見なんかどうでもいい。そしたら、その仕入れた中古を大阪の工場でバラして、香港で作った新しいボディにそのまま移植してやる。そうすると、この新しいガワには、実は金メッキやら宝石やらがくっついていて、最高級グレードのロレックスが一丁上がり、って寸法さ。

もちろん金メッキには本物みたいに二十四金なんか使わない。まあせいぜい十八金だな。あと、装飾する宝石だってみんなモノさ。ジルコニアとかを埋め込んじまうわけ。でも、よほど詳しい人間でない限り、これがコピーだとはわからないだろうな。だって、ちゃんと保証書だって付けるんだぜ。もちろんこれもモノだけどさ(笑)。

保証書なんて本物が一枚あれば、それを同じように印刷してくれる業者なんていくらでもいる。別に偽造専門の連中なんかに頼まなくたって、町の小さな印刷屋を丸め込んじまえば大丈夫なのさ。オレが実際に使っていたのも、都内にある普通の印刷屋。普段はスーパーのチラシなんかを作っているようなところさ。そこでオリジナルの保証書に似せたヤツを大量生産するってわけ。別にハンコとか細かいところまで忠実に再現する必要はないんだ。

だって考えてもみなよ。ロレックスなんかはちゃんと日本代理店ってのがあるけど、そこで修理を受け付けてくれるのは正規輸入されたものだけなんだぜ。ベンツなんかと同じで、並行モノは見ちゃくれないんだ。同じ時計なのに、並行で輸入されたものは保証書が日本で使えないってわけさ。だから、「コレは並行モノです」ってモノを売ってしまえば、何も問題はない。どのみち保証書は使えないんだからな。だいたい保証書の造りまで疑うような奴は、正規輸入物を買うんだよ。

わずか十数万円の中古ロレックスが、ちゃんと保証書の付いた最高級グレードに生まれ変わるんだ。これが儲からないわけないだろう。もちろん中身だけじゃなく、ガワの製作コストもかかるから仕入れ値もそれなりに高いが、それでも二百万ぐらいで仕入れたモノが、三百万以上で売れたからな。時計一つで百万以上の純利益。年間で二十〜三十個は売っていたから、これだけで数千万の収入があった。まあブランド関係では、いちばんおいしい商売だったね。しかもそれほど特殊なことはやっちゃいない。誰でもカンタンにできて、これだけ金になる商売ってのもあまりないよな。

基本的には本物と偽って売っていた本物コピーだけど、場合によってはちゃんと事情を説明していた。相手がヤクザのときにはね。

さっき、ブランドの商売にヤクザはほとんど絡んでないと言ったけど、まったくヤクザがいないというわけでもないんだ。あくまでも、組織的には関係していないということさ。でも本当のコトを言えば、オレはあんまり商売でヤクザとは関係したくない。ウルサイんだよ、連中は。ちょっとしたことでもすぐクレームをつけてくるし、なんだかんだと文句が多いんだな。だから、そんな奴らに嘘ついてモノを売った日にゃ、はっきり言って命が危ないのさ。ホントに。

でも一度だけヤバイときがあって、どうやら説明がうまく伝わってなかったんだな。いきなりクレームの電話がヤクザからきてさ、「本物だって言いやがったくせに、嘘だったんだな!」って、エライ剣幕でね。どうしてそれがモノとわかったのか知らないけど、とにかく速攻で向こうの事務所まで会いに行ってひたすら謝ったよ。さすがにこのときはビビッたけど、まあ最後には金を返すってことで話はついた。ああいうトラブルはもうご免だな。もしこの商売をやってみたいなら、ヤクザとはつきあわないほうがいいと思うぜ。

引き際が肝心

多少のトラブルはあったけど、オレは七年近くこの商売を続けた。足を洗ったのはもう三年くらい前になるけど、その理由はカンタンさ。規制が厳しくなったおかげで、

大阪の組立工場が軒並み店じまいをしちまったんだ。それまでは、仮に摘発されたとしても五十万の罰金を払えば大丈夫だったのに、法律が変わって罰金が二百五十万円くらいにハネ上がっちまった。それじゃリスクが大きすぎるってんで、みんな廃業してしまったというわけなんだよ。

工場のルートが途絶えた後しばらくは、オレ自身が直接香港やソウルへ買いつけに行ってたんだが、完成品のままでは大量に輸入することが難しいし、ソウル・ルートはモノの出来がよくなかった。結局「そろそろ潮時かな」ってカンジでね。しかも、その頃はすでにバブル景気も過去のものになっていたから、ブランド物もそれほど売れなくなってきてたんだよな。表の仕事も忙しくなってきた頃だったし、商売は引き際も肝心だからね。ブランドからはスッパリと足を洗うことにしたのさ。

じゃあ今はまっとうな商売だけをやってるのかというと、これが実はそうでもないんだな(笑)。オレはおいしい話には敏感だからね。詳しくは絶対に教えられないけど、ワシントン条約関係スレスレのものとかさ。あと、実はまだコピー商品も扱っている。といってもブランド物じゃなく、とある関係の商品なんだけど。これも今実際にやっている商売だから、悪いけど、ここでは詳しくは言えない。マネする奴が出てくると困るからな。

えっ、「罪悪感はないですか」だって？　そりゃたしかに悪いことしているって気持ちが全然ないと言えば嘘になるけど、考えてもみなよ。世の中でさ、まったく法律違反をしたことのない奴っているのかね。スピード違反だって立派な犯罪だし、予定外の収入が入ったからといってみんなちゃんと申告しているかい？　それだって脱税だろ。それに比べりゃさ、人の作ったデザインをちょっと拝借して、同じようなものを作って売ったっていいじゃねえの。もっと悪いことしてる奴らなんていっぱいいるぜ。シロウトのオレがやってる商売なんて、全然かわいいもんだと思わないかい？

写真と本文は一切関係ありません

台湾・漫画出版社現役幹部の本音

アジア海賊マンガ市場・今昔物語

「私たちが作っていたのは複製なんかじゃない。りっぱなオリジナル。〝海賊版〟と呼ばれるのは心外」
七〇年代の黎明期から、正規出版の現在までの「海賊マンガ」変遷史

──ヌートリア（フリーライター）

マンガやアニメの海賊版――といえば、台湾や香港、タイなどに出回っていた日本の人気マンガやアニメのパクリもの、というのは昔の話。台湾で著作権法の改正が行なわれた一九九二年あたりを境に、まったくの野放し状態だったアジアでの海賊マンガ市場が、一転、版権をしっかり取得した形での〝正規出版〟へと移行していく。

今では、この〝海賊版〟という言葉は、むしろ、アジア各国向けにインターネットなどで出回る、日本のマンガ誌をそのままスキャニングしたものにこそ、むしろふさわしいのかも。

匿名を条件にインタビューに応じてくれたのは、中学のときに台湾から日本に来たというO氏、三十八歳。今でも頻繁に台湾と日本を往復している。かつては海賊マンガの出版も手がけていた。

この世界に入って十八年。もちろん現役の出版社取締役だ。そのO氏に、かつての〝海賊マンガ〟時代を思い出しつつ、当時の手口や派手なエピソードを取り混ぜたアジア海賊マンガの変遷史、そして、〝正規出版〟以降の本音……などを聞こうと思っていたら、待ち合わせの喫茶店で席に着くなり、こうまくし立てられた。

「だいたい、海賊版って言い方が違いますよ。なぜ、こんな扱いを受けなけりゃならんのですか!」

それではOさん、言い分を聞きましょう。

海賊マンガ黎明期

「海賊版って、複製品を作るってことでしょう。私たちが作っていたのは複製じゃない。立派なオリジナル。だから違う。海賊版と呼ばれるのはとっても心外。そこにあるものをわざわざ高いお金出して持ってきて、手間をかけて、カバーまで作り直しているのだから、もう私たちのものでしょう!」

――そこって、日本からという意味ですよね。手間って?

「日本と違って当局が厳しいからね、こっちは。肌の露出とかが問題になる。風呂場をのぞかれた女の子のハダカを隠したり、修正入れなきゃいけないのよ。最初は、しょうがないから自分たちでマジックでグリグリベタベタ塗ってたんだけど、続けてればうまくなるじゃない。ベタで綺麗に輪郭をなぞるようになってきて、スクール水着に発展していった。

さらに、ペンを器用に使える子を見つけてきてね、せっせと水着を描かせたんだ。水着を描く絵描きが専門に養成されちゃったくらいよ。

今だって風にまくれるスカートの中にブルマー、みたいなのをたくさん描かせてる。さらに着替えやシャワーシーンなんかは、ベタ黒画面にシルエットがホワイト線

台湾で発売されていた「少年ジャンプ」

で浮き上がるなんていう芸術的な描き換えもある。見事なものよ。
　下着姿やオールヌードがスクール水着になっているほうがよほどエッチだって、日本の海賊版収集家なんかが言ってるよ」
——それだけ手間をかけたのだ、というのがオリジナルの根拠なの？　でも、日本から原作となる本を持っていったわけでしょ。
「そう。そこにあったもの。大変だったんだ、昔は。七〇年代後半から八〇年代前半までくらい。平日の昼間だと航空券が安いから、神保町あたりの書店で棚の端から端まで、全巻揃えてまとめ買いしていた。結果的に巻数の多い大先生の作品が多くなるんだけど、基本的に日本のマンガはなんでもひととおりは売れたからね。
　大きなカバンいっぱいにコミックスを買い回る同業者ばかりが目立ってた。『それ、ウチが出したばっかり』『こっちは？』『まだ。でもその先生人気薄よ』なんて小声で情報交換しつつ、横目で同業者の動きをちらちら見ながら、少女モンや少年マンガをごっそり買った。これを月イチとかで繰り返す。本当に大変。
　でも日本の店員はみんな勉強不足。シリーズが最後まで揃っているのかって聞いても、さっぱり要領を得なかった。それどころか、なんでこんなにまとめて買うのかってよく聞かれた。不思議なんだって。よっぽどこちらのほうが、不思議。たくさん売れるんだから、どうでもいいじゃない。
　こっちに戻ってくると、ページをばらして、吹き出しの中を白く塗る。写植を貼って、修正入れて出来上がり。カバーは自前の絵描きに模写をさせたり、元のイラストを使って翻訳したり。こんなに手間がかかっているのだから、できた本はウチの本。簡単なことでしょ？」

人気マンガ黄金時代

「そのうち日本の売れ筋マンガに沿って、見本を買い集めるようになった。八〇年代前半から中頃の話ね。
　日本で売れるものは、やっぱり

こっちでも売れる。どうせなら、より売れる本がいいわけだから、日本のヒットをチェックするようになった。売れ筋に気づいたのね。"日本で人気の"ってカバーに入れれば、それだけで売れた。
　でもそうすると、発売日に本を揃える必要が出てきた。グズグズしてたら同業者に出し抜かれるし。もう、自分で買い集めてるんでは、とても間に合わない。で、留学生とかの出番。
　手口としては、最初は炊飯器。留学生が故郷へ戻るときに、お金渡して秋葉原で電気炊飯器を二つ買わせる。普段からなにかと面倒見てるからね、同族は。箱の隙間にコミックスをぎちぎちに詰め込ませてお土産にさせる。一つは、間違いなく家族へのお土産。日本製電気炊飯器は垂涎の的。価格を何倍にしても飛ぶように売れた。それをお土産にできるのだから、両親にとって自慢のタネ。
　こっちに着いたら真っ先に約束の場所で、本と、お土産じゃないほうの炊飯器を渡してもらう。ここで、また運び代がもらえる。いいコトだらけ。日本人が旅行に行くのに、おいしいお店とか穴場を教える代わりに、手土産を持っていかせる手もある。使えるルートはなんでも使った。
　あ、特別にいいコト教えてあげようか。今の主流は薬よ、薬。危ないやつじゃなくて、日本の量販店で安売りしてるようなやつ。日本レーベルの漢方薬なんて、六百円ぐらいのが十倍でもガンガン売れる。ウソだと思うなら、持っていってみなさい。向こうでは、どんな地方のちっさな店や屋台でも、ボロッボロの箱に入った日本の漢方薬をびっくりするような高値で売ってるから。
　ま、これはここだけの話。そうやって集めてきた元本で、パッパッと売り出すか、手間をかけて出すかはやり方次第。雑誌連載中の作品をそのまま合本にして、日本より早く単行本を発売したりする荒業もあるけど、ウチではやらない。
　手間をかけると、そうだな。たとえば松本零士サンの別の作品の女性キャラに帽子かぶせて汽車を貼り込んで、『999』のオリジナル表紙を作っちゃったとか。ウチじゃないよ。でも松本先生もそうやって描いてるんだってね？　一緒よ、一緒。
　ああ、面白い話聞いたコトある？　この雑誌掲載分をそのまま印刷物に再生する技術が、日本に輸入されたって話。一時期、日本でも原稿のなくなったモンを、雑誌から起こして本にするのが流行ったんだって？　この技術の元が、ウチらの合本版のノウハウだったってウワサ。だったら感謝されてこそ、非難されるいわれは、ますますないわけだ。そう思うでしょ」

最終回ばかり集めた『いきなり最終回』(小社刊)。マネなんかじゃないぞ！

クライマックス本時代

――非難って、誰が？
「アニメで版権、版権っていちばんうるさいのが東映動画。『ドラゴンボール』やアラレちゃんの版権がって言って、版元を訪ねてくるんだ、東映動画だけは。基本版権料っていうのを取っていくんだけど、金額的には、派遣した調査員の航空費にもなっていないよ、あれは。物価が違うでしょ、こっちと日本では。
　『ドラゴンボール』のようなヒット作品は当然人気がムチャクチャ高いんで、いろんなトコが出したけど、そこを一つ一つ訪ねたんじゃないの、調査員サンは。ばれたらしょうがない。五〜十万円の罰金払って『ごめんなさい』。ひとりの調査員を派遣するのに、なんやかんやで百万円はかかってるって言ってた。内緒で、東映動画関係の人に話を聞いたんだ。趣味で命懸けてるみたいな話だねーって

『ドンキーコング』© Nintendo

思ったよ、そんときは。『それだけ怖いということですから』って真剣に言われちゃったけどねえ。地の果てまで追いかけてくるんだっていうイメージを作り上げること以外に、海賊版を絞め出す確実な方法はないんだってさ。

アメリカ任天堂が『ドンキーコング』の違法コピーを締め出したのと同じ手法。

もっともゴクウの亀の字が象の字になったモドキは、それでも見かけたね。そんだけ苦労して必死に集めたのに、お金のほとんどは集英社にいっちゃうんだって。やっぱり何のためにやってるんだ、むだなコトをって思うでしょ？　すごい話だよねー」

——いつの間に、マンガからアニメの話になっちゃったんだ？

「衛星放送の漏れ電波やVTRの普及で、日本のヒットマンガとアニメは同じ意味を持つようになったの。これ、八〇年代後半から九〇年代初頭にかけてね。

アニメの進行は早いから、当然、マンガをできるだけ早く供給する必要があるでしょ。ところが、最近の子どもたちはビデオで見たりして本物を知っているからニセモノを嫌うんだ。

日本の版権管理は、こっちに来てまで「版権、版権」と言っていくくらいだから、かなりしっかりしてて、本物しか出回らない。安心してなんでも持ってこれたよ。どれから取ってもニセモノとは言われないからね。

日本はお盆と正月前に印刷スケジュールが早まって、新刊が少なくなるでしょ。これがなかなか理解できなくて、ずいぶん長いこと、なんで八月と一月は新刊が少なくなるのかわからなかった。ともかく、売りたいのに本がない。

だからこの時期はクライマックス本が出る。日本だと二百ページぐらいの本もこっちでは百六十ページぐらいが基本。余った四十ページは続刊にまわすんだけど、このラスト四十ページのみが余っちゃったなんてのはよくある。

新刊が少ない時期に、このラストだけを集めたクライマックス本を出した。日本にも最終回ばっかり集めた本があるらしいね。元は

こっち。日本だって真似てるじゃない」

正規出版時代の海賊本

――東映動画に版権料を「しかたなく」払ってるって言ったよね？ どうしてそういうことになったんだ？

「版権絡みにはいろんな理由があるから一概には言えないんだけど、まあ、きっかけの一つに美国（アメリカ）の中国政府への圧力があった。むこうサンの言い分だと、香港は版権侵害の無法地帯だからなんとかしろってコト。もうすぐ返還って頃の話。時期が時期だけに中国政府も摘発に躍起になったらしくて、だんだんヤバイなって空気がこっちにも広がったんだ。

この頃はもうお金も貯まって会社の体力もついたし、文化が成熟してきたから露骨な儲け優先より名声が欲しい会社が増えてきたんだ。余裕ってそういうコトだからね。

第一、本当はこっちのほうがよほど儲かるんだ」

――こっちって、版権を正式に取るほうがってこと？

「そうそう。許諾を取る必要は本当はないけど、それでも取っちゃえばもっともっと売りさばける。

第一、許可があれば日本の出版社の協力が得られた。これは大きいからねー。作家のサイン会なんて何百回でもやりたい。航空費・滞在費全部こっちが持つから大変なんだけど、作家が来たってコトでサイン会はどこも大盛況。三時間ぐらいみっちりサインさせて、その後出版社訪問。ここで百冊くらいサインして、印刷所訪問。やっぱり百冊くらいサインして、食事。ホテルの部屋に百冊積んどいて、では明日までによろしく。これを三、四日やって半日観光、空港までお見送り。

大概帰る前に、こんなにサインしなきゃいけないのかって言ってくるけど、サインしに来たんじゃない。しかも招待で。当たり前でしょう。プロ意識が足りないよ」

――版権に納得した？

「まさか。今だって必要ないと思ってるよ。鑑札みたいなモンじゃない？ 版権っていうのはさ。だから屋台出すのに許可が必要なように、その許可みたいなモンだと思って取ったんだ。もともとあったモンなんだから、作り直して売ったのは私のもの。これの版権は私にこそある。だからウチの本はちゃんと禁無断転載の表示を入れてるよ」

――え？

「あんなに苦労して作っているのに、ウチの本のいいシーンだけを集めて、表紙を日本のアニメ雑誌かなんかから持ってきて、海賊版を作って売り逃げられちゃうコトがあってね。見つかったら半殺しなんだけどね。もちろん、ちゃんと版権を取れば話は別。コピー版権は一〇％が基本。ウチが大都市中心なのに対して、地方都市で売ったりしてる」

――Oさんはどのくらい売ってるんです？

「マンガ本は屋台が多い、一台で夕方から夜までの一日で二百冊は売れる。台北（タイペイ）クラスの大きな街だと四十カ所くらいで売ってるから八千冊。これが一日分」

――業界全体では何冊動くのでしょう？

「全体？ 海賊版まで入れるの？ 小さなトコも入れると無数にあるし、系列もあるから全体を把握できるやつなんかいないよ。わかったって、意味ないし。むだだって」

＊

台湾と日本の文化のある部分の、暗くて深い亀裂を見たような気がして、めまいがした。一時期のような海賊出版が減り、正式に版権を取った本が増えているのだが、日本側出版社に利益はほとんどない。物価の違いなどから、印税は数万〜十数万円などというシロモノなのだそうである。

（O氏の携帯が鳴る）

「はい、……わかった」

交わされたのは極端なまでに短い会話。

「もういい？ 契約に行かなきゃ。情報料は現金でね」

領収書のいらない謝礼を指定して、O氏はさあ仕事と、元気に雑踏に消えていった。

PART 7

取り締まり

イタチごっこ

偽ブランド商品・犯人探しの現場…………被害総額数十億?

“ブート・ハンター”たちの憂鬱

海賊品販売業者の標的になっているメーカー側も、独自の調査・摘発を行なっているというが、偽モノ天国・ニッポンでは、それも「焼け石に水」の状態?

今拓海(フリーライター)

知的財産権。こんな言葉をいきなり出されてもピンとくる人は少ないだろう。もちろんこれを書いている筆者もそうだった。

知的財産権とは、著作権や特許権、商標権、実用新案権、意匠権等、新規な創作に関する権利と営業上の信用に関する権利の総称のことである。つまりこの本の中に登場する人々の多くはなんらかの形で、この知的財産権を侵害しているわけである。

一昨年、日本全国の税関で知的財産権侵害物品として差し止められた点数は、約九十二万点、件数となると、三千四百六十三件。なんとその前の年(一九九六年)の二・五倍にものぼった。これを物品別で見ていくと、衣料が三十六万点、バッグ類が十六万点と、この二種で全体の半数を占めている。

一方、日本国内で警察庁が検挙した知的財産権侵害事犯数は、九百六十四件。このうち、約七割が衣料、バッグをはじめとするいわゆる偽ブランド事件である。この数字を見ただけで、海賊業者たちにとって、いかにブランド物の衣料やバッグ類がカネになるおいしいターゲットであるかがわかる。

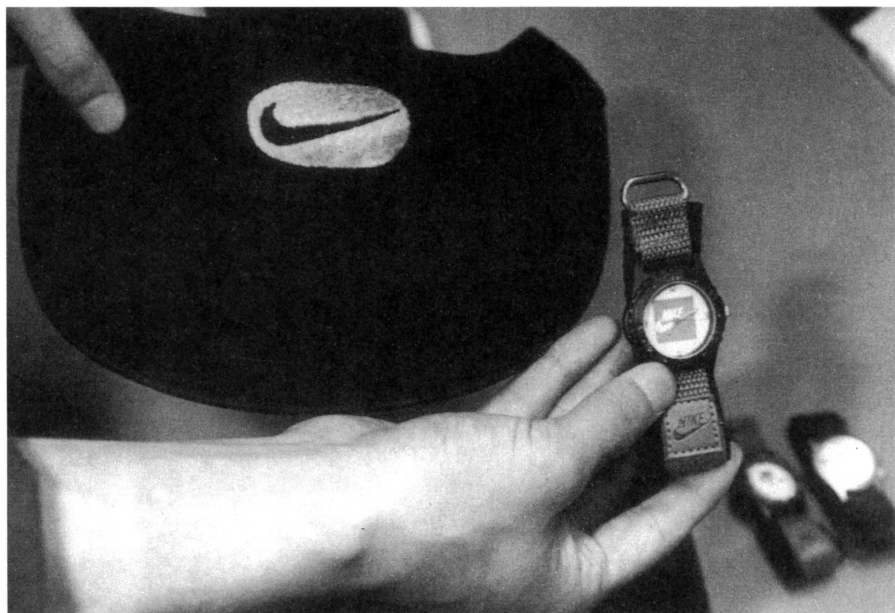
ルイ・ヴィトン法務渉外部

「わが社の歴史はある意味で、ニセモノとの戦いの歴史でもあります。会社設立は一八五四年ですが、その五年後には早くもニセモノが現われています。今では誰もが思い浮かべる花柄のマークも、元はといえば一八九六年、ニセモノを防ぐために考案されたものなんです。その後も止め金具の形状なども年を追うごとに複雑な作りになっていますが、これもすべてはコピー品を防ぐため」

そう話すのはルイ・ヴィトン・ジャパン、法務渉外部の鶴巻さんだ。法務渉外部とは、同社の知的財産を守るために設立された部署で、警察と協力しながらニセモノを撲滅するための対策を講じるのが弦巻さんたち法務渉外部の仕事だ。

「当社では市場を回って、ニセモノ調査を専従で行なう人間が三人おります。ところがどんなにニセモノを摘発してもモグラ叩きのように後から後から出てくる。しかも減るどころか年々増えている。とくに近年の増加ぶりは凄まじい状況で、日本はニセモノ天国という感じですね」

深いため息をつきながら、弦巻さんがさらに凄まじい数字を見せてくれた。平成五年に国内で押収されたニセモノのバッグは九千七百五十六点だった、それが平成八年には四万二千二百四十四点、この数字はもちろんルイ・ヴィトン社だけのものではないが、わずか三年で四倍強に増えているのだ。

たしかにここ数年で、われわれ

押収されたナイキの偽キャップと時計

シロウトの目にも明らかにニセモノとわかるブランド品のバッグ等が至るところに出回り、その数は急増しているような気がする。縁日の屋台でテキヤが扱っていたり、ディスカウントショップの店頭で投げ売りされていたり、外国人の広げる路上のアクセサリーのなかに交じっていたりもする。また東南アジアや香港、韓国方面へ旅行した人なら、「ニセモノのブランド品あるよ」と、しつこいくらいに声をかけられた経験があるはずだ。

「当社がこうしたニセモノ業者によって、いったいどのくらいの金銭的ダメージを受けているのかは計り知れません。一度、イスラエルの業者を摘発したところ、なんと一億数千万円の送金をしようとしていたこともありました。もちろんイスラエルの業者といっても、この一つだけじゃない。この他に韓国の業者なども日本国内では、目立って多いし、国産の業者だって数多くあります。おそらく数十億円では済まない金額ではないでしょうか」

現在、このルイ・ヴィトン社のようにニセモノ業者のターゲットになっている各メーカーは、それぞれ独自に市場調査、摘発を行なっている。しかし正直な話、「ニセモノ天国・ニッポン」の中では、その努力も焼け石に水とでもいえる情況のようだ。

実は今回、各メーカーにどういったニセモノ対策を行なっているのか、話を聞いてまわろうかと思っていた。ところが取材を始めてみると、各メーカーとも担当者がかなり消極的で、このルイ・ヴィトン社以外はなかなか応じたがらなかった。なぜかというと、担当者によれば、その摘発の手口が取材によって公開されては困るからだという。

ところが、取材の最中に会ったある流通業界の法務に詳しい人物は、その理由をこんなふうに分析してくれた。

「ニセモノ摘発については、日本国内の各メーカーとも、それぞれの裏事情があるんですよ。たとえばあるバッグのニセモノをある小売店で発見したとします。当のメーカー側はもちろんそれを問題視

しますが、必ずしも表沙汰にはしたがらない場合もあります。小売店のなかにはあらかじめニセモノだと知っていて店頭に並べているケースだってあるんですから。メーカーは、単に摘発するだけでなく、そのニセモノをつかむことによって小売店との商売が有利になるような交渉の材料として使うこともあるんです。たとえば、このニセモノを見逃してやる代わりに新製品を棚のいいところに飾れとか、人気のない売れ残り商品を押しつけたりとか……。そんなメーカーのなかには、日本で商標を登録していないところすら、少なからずある。またある海外ブランドの日本支社長は『コピーが出るのは有名ブランドの証』と、公言してはばからない。これでは日本がニセモノ天国になるはずです」

断わっておくが、すべてのメーカーがこの事情通氏の言うようなことをしているわけではない。メーカーによってニセモノの存在はいろいろな意味があるということらしい。

ニセモノハンター

さて、こうした情況の中で、なんとかこちらの意に沿う話を聞き出せそうなところをようやく見つけることができた。

各ブランドの知的財産保護活動を専門に行なっているユニオン・ド・ファブリカン東京事務所がそれである。このユニオン・ド・ファブリカンとは、もともとはフランスの公益法人で、本国では九百を超えるブランドが加入する団体だが、

「わざわざ日本に事務所を置くこと自体がきわめて異例なんです。設立したのは十五年前、当初は十年以内に事務所を引き払う計画でしたが、情況はいっこうに改善されないまま今日に至ってしまいました」

自らもニセモノハンターとして市場をまわっている堤隆幸東京事務所所長は、まるで憤慨するかのように話を始めた。

ちなみに日本でユニオン・ド・ファブリカンに加盟するのは、先のルイ・ヴィトン社をはじめ、カルバンクライン、フェラガモ、ダンヒル、ローレックス、リーヴァイス、ナイキなど三十三のメーカーの日本支社。本国の九百とは大変な数字の違いである。

「とにかくどこに行っても、ニセモノが出てくる。老舗の大手デパート、空港の免税店、スーパーのチェーン店、量販店、並行輸入業者、もちろん頻度はそれぞれ違うし、持ち込まれるルートもいろいろですが、日本国内でニセモノが出なかったところはなかったといっていいくらいです」

同事務所では、堤所長以下、四人の調査員が市場をまわってニセモノの押収、摘発を行なっているという。

それでは同事務所は、いったいどんなふうにニセモノ摘発を行なっているのだろうか。

「まずニセモノの情報ルートですが、これは直接消費者からきたり、あるいは警察からきたりします。正直な話、こうした情報は毎日でも向こうからやってくる。こちらが出歩かなくても、捌ききれないほどです。そしてこの情報に基づいて、まず調査員が確認、現物を店に出かけて購入します。うちは会員からはニセモノを見分けるためのポイントを提供してもらっていますから、現物さえあれば見分けるのは簡単。ただこの情報も各メーカーが持っているのが百だとすると、うちは九十五くらい。企業秘密の部分もあり、すべてが教えてもらえるわけではないんです。もっとも質屋なんかの情報は五くらいしかないようですけど」

ニセモノだと確認できれば、それがどのくらいの頻度でその店に出回っているかを捜査する。あるいはその店がニセモノと知って売っているのか、そうでないかも判断する。商品の入ってくるルートをさかのぼって調べれば簡単にわかることだという。こうした情報をもとに、それを刑事事件にするのか、あるいは民事事件にするのかの選択がある。密造組織とつながるような悪質な場合なら、もちろん警察との協力体制のもとに、刑事事件にまで持っていくのだ。ユニオン・ド・ファブリカンが関

係して、刑事事件にまで持ち込んだケースは一昨年で三百件ほどあるという。

背後に大物政治家!?

堤所長によれば、現在、ニセモノが国内に入ってくるケースは二つに大別できるという。

まず一つは、偽造に国内業者がなんらかの関係をしているものだ。

「八〇年代初頭は国内で一からすべてを偽造していたものが多かった。それからしばらくすると外国で偽造品として完成したものを密輸してくるようになった。とくに韓国などからが多かった。ところが税関での締め付けが厳しくなったため、近年は材料を巧妙にカモフラージュして輸入、国内でちょっと手を加えて完成させるものが多い。たとえばバッグなどは輸入の際はほぼ完成した形なんですが、止め口の金具がない。国内でそこに有名ブランドの金具のマークを付けて完成という具合です」

もう一つは、国内では偽造だといっさいわかっていない場合。これは並行輸入が盛んになった近年、目立って増えてきたもの。

「たとえば並行輸入の業者が直接ヨーロッパの国に買い付けに行った場合、そこでニセモノをつかませられることがあるんです。いくつかの限られた商品に人気が殺到する。だけど売るほうも生産が間に合わない。すると売るほうの内部の人間が、会社の工場をそのまま使ってニセモノを作ってしまうんです。最近人気の出てきたブランドなどではこういうパターンが多いですね」

こうして国内外のニセモノを追っていると、時としてかなり危な

い目に遭うこともあるという。とくに国内での偽造に関しては暴力団絡みがほとんど。警察との密接な協力体制を組んでいるとはいえ、偽造の現場に踏み込むことも少ないからだ。

「でも、暴力団なんかは決して怖いほうじゃないかもしれない。たしかに一昔前なら、こちらの調査に気づいた相手に追いかけられたりとかしたこともありました。しかし警察が動き出して本格的なガサ入れとなれば、結局、彼らは正座して待っているような人たちです。

ところがときどき、偽造組織の背後にもっと巨大なものが存在していることがある。たとえば海外の巨大な犯罪組織とか、大物政治家とか、あるいは反共組織とか。具体的な名前は言うことはできませんけれども……」

大物政治家？　反共組織？　一瞬、好奇心を出して聞き込んでみたくなったが、

「それは知らないほうがいいでしょう」

と、軽くかわされてしまった。

空港等で配られるコピー品撲滅のためのチラシ

ニセモノ天国、ニッポン

近年、このユニオン・ド・ファブリカンをはじめ各メーカーは、偽造品を調査摘発するだけではどうにもならないと方向転換するようになったという。

「なぜ、こんなにもニセモノが氾濫しているのか。一つには消費者側の責任もあるのではないかということです。かつては皆、ニセモノとは知らずに騙されて買ってしまっていた。ところが最近では必ずしもそうではない。ニセモノと知っていて買っている人が多いということです。これではわれわれがいくら頑張ったところで無駄でしょう。消費者のほうにニセモノは買わないよう啓蒙していくしかない」（堤所長）

先のルイ・ヴィトン社などは、この啓蒙活動に積極的な姿勢を見せていることで知られている。数年前から著名人を招き、独自にシンポジウムを開いたり、あるいは知的財産権についてのパンフレットを制作、小中学校の教育の中に取り入れてもらえるよう活動を行なっている。

「気の長い話ですが、とにかくやっていくしかない」（ルイ・ヴィトン・弦巻さん）

警視庁が一九九四年に行なったアンケートでは、「不正商品だとわかっている商品を買うことをどう思うか」という問いに対し、「別に悪いことだと思わない」あるいは「悪いことだと思うが購入する」と答えた人が三六％もいた。欧米や、他のアジアの国で、このアンケートでどういう結果が出るかはわからない。

しかし、現在の日本がニセモノ天国であることは事実。知的財産権に対する意識が果たして低いといえるのかどうかはわからないが、とにかくこうした現状の中で、摘発を続けるのは、まさしくシジフォスの労働のような疲労感を伴う行為であることだろう。彼らの行為が無駄にならないように祈りたいものだ。

ボーダレス社会のフェイカーを追いつめる不正商品対策協議会のGメンたち

「氏名不詳」の被疑者を追え！

古くは偽ブランド商品が横行していた時代から、インターネット上で違法ソフトがやりとりされる現在まで。海賊商品の取り締まりに奔走する摘発者たちの試行錯誤

浅野恭平（ルポライター）

今、全国各地の裁判所で、電脳社会の根幹に関わる、興味深い裁判が繰り広げられている。電子メディア時代の〝四畳半裁判〟がそれだ。

ホームページのエッチ画像が、刑法で定められたわいせつ物に該当するのか。わいせつ物だとすると、海外の合法的なポルノにリンクして、いつでものぞけるようにしたホームページも罪に問われるのか。そもそもインターネットでやりとりされるエッチ画像は、モノなのか、情報なのか。判決によっては、インターネットの本質が否定されかねない裁判だけに、ユーザーと呼ばれる利用者や司法関係者の間で、大きな関心を呼び起こしている。

FLMASK騒動

なかでも注目を集めているのが、九七年八月に初公判が開かれた大阪地裁の「モザイク処理ソフト事件」だ。横浜市に住む三十一歳の会社員がわいせつ図画公然陳列幇助の罪に問われた裁判だが、検察側の主張に対して、刑法学者が異を唱え、ユーザーグループが支援のためのホームページを開設。起訴事実をめぐって、さまざまな物議を醸し出している。

検察側の冒頭陳述によると、被告は「FLMASK（エフ・エル・マスク）」という画像処理ソフトを開発し、九六年八月から自分のホームページで提供するようになった。さらに、翌九月から十月にかけて、モザイクがかかった男女の裸体画像などを掲載した別のホームページにリンクさせ、被告のソフトを手に入れてそこに移ると、モザイクが取り払われた生の画像が見られるサー

ビスまで開始した。被告とモザイク画像の掲載者とは、メールで連絡をとっており、お互いの面識があったと思われる。それらの状況を踏まえると、被告が意図的に、わいせつ画像の陳列に手を貸したとしか言いようがない。だから、有罪だというのが、検察側の主張だ。

初公判の模様がマスコミに報じられると、インターネットのわいせつ画像を現行の刑法で取り締まるのには無理がある、といった意見が刑法学者の間で続出した。刑法のわいせつ罪が、モノやヒトを対象としているためだ。情報にはなんら言及してない。インターネットに詳しい関西大学の園田寿教授も、自分のホームページで、こんな意見を述べている。

「ネット上の画像データは刑法でいうわいせつ物ではないと思うので、今回の事件に幇助罪を適用するのには疑問がある」

刑法の拡大解釈に危機感を募らせたのか。それとも、電脳社会の法整備を促すためなのか。今回の事件では、東京や大阪などから二十二人の弁護士が駆けつけ、オウム裁判並みの大弁護団が結成された。団長の牧野二郎弁護士が検察側の暴挙をこう指摘する。

「メールでやりとりがあったのは事実です。だけど、面識があったわけじゃありません。あくまでも偶然なんですよ。自分で開発したマスクソフトの性能を確かめるために、モザイク画像を掲載していた先方のホームページにリンクさせてもらった。それが違法行為だというなら、インターネット社会は成り立たなくなってしまいます」

モザイク画像の掲載者も、わいせつ図画公然陳列罪で起訴され、別の法廷で争っている。彼の言い分はこうだ。ブルーフィルムやポルノ写真ならともかく、ネット上のデジタル情報、それもモザイクがかかったものまで取り締まるのは行きすぎだ。本当に犯罪として成立するのか。

牧野弁護士がこう述べる。

「先方の弁護士と協議しながら、事件全体の不当性を暴いていくつもりです。今のところ、デジタル情報の頒布や販売を取り締まる法律ができていませんのでね。アメリカやドイツのように、新しい法律を作ればいいんですよ。それを旧法で裁こうとするから無理が生じてくるんです。おそらく、今年の夏頃には、結論が出ると思います」

だからといって、インターネット上のエッチ画像が、すべて法に触れないというわけではない。フロッピーに落とし込んだり、印画紙に映し出したりすれば、その時点で、わいせつ罪の適用対象になる。現に、エッチ画像を何千枚も刷り出していた二十代の会社員に対して、九七年四月、わいせつ図画公然陳列罪の判決が初めて下された。

コピー品黄金時代

インターネットで瞬時に情報が行き交うようになると、法律の守備範囲だけでなく、犯罪の質までもが変わってくる。

昔ながらのネズミ講やカゴ抜け詐欺、パクリ屋などが装いを変えて電脳社会を跋扈するかと思えば、ハッカーやクラッカーなど、電脳社会特有の愉快犯や確信犯がインターネットを介して、いろんなところに出没する。『電脳無法地帯』（小社刊）に紹介されているように、電脳社会は姿なき犯罪者の巣窟でもある。

いい例が海賊版ビジネスだ。コピー商品やニセモノ商品を扱う商売だが、一昔前まで、海賊版ビジネスといえば、有名ブランド品の模造や人気キャラクターの無断使用などが主流を占めていた。ルイ・ヴィトンにレイ・ヴィトンとロゴを変える安直な業者がいないわけではなかったが、コピー品を取り扱う大半の業者が、職人気質に満ち溢れ、本物以上に本物らしく見えるモノづくりにこだわっていた。

今から十年以上も前の話だ。バッタ屋の紹介で、ルイ・ヴィトンの偽造グループのリーダーに会った。渋谷区のワンルームマンションを訪ねると、三十代前半の青年がビシッとしたスーツ姿で我々を迎え入れてくれた。彼が扱うのは、いわゆるヨーロッパ・ヴィトンで、飼い葉桶のようなアメリカ・ヴィトンではない。その理由をこう説明する。

「ルイ・ヴィトンは、もともと長い船旅や汽車の旅のために作られた旅行用品なんです。頑丈さこそが売りものでしてね。ファッション感覚で使うようなものではなかった。日本人は勘違いしているんですよ」

だったら、旅行用のトランクでも作ればいいと思うが、彼の部屋に積み上げられているのは、大半が小型の手提げバッグやサイドバッグの類だ。印象深かったのは、それらの商品を取り出して、我々に説明するときの彼に自身に満ちた表情であった。

「生地も素材も本物です。あるルートを通じて、現地で調達しているんですから。唯一違うのは、縫製ぐらいでしょうか。国内の地下工場で作ると、縫い目が本物以上にしっかりと出来上がってしまうんです。手先が器用なのも困りもんですね」

あれから十数年。個人情報誌やパソコン通信の掲示板をのぞくと、若者に人気の高いナイキのエアマックスやエアジョーダンがプレミアム価格で買売されている。ところが、すぐにニセモノとばれて、購入者から警察に通報がいき、扱っていた業者はことごとく逮捕される。この落差は、いったいどこに由来するのか。

「プロがいなくなったんだよ。韓国あたりで粗悪品を仕入れて、右から左へ流すだけという輩ばかりでね。あれじゃ、素人だって、ニセモノだとすぐにわかる。かつてのような芸術作品は、今や探そうと思っても無理なんじゃないかな」

と語るのは、商売替えをしたバッタ屋の主人。彼の店では、かつてブランド品売り場の一画にコピー商品のコーナーが設けられ、国内産とか台湾産と、原産地表示まで施してあった。苦笑いしながら、当時を振り返る。

「ニセモノと表示すれば、警察も大目に見てくれたんだよ。せいぜい国内の総代理店から内容証明付きの警告書が送られてくるくらいでね。我々も品質には絶対の自信を持っていた。だから、マスコミの取材にも協力したし、買い物にきたお嬢さんたちにも、こっちのほうがすぐれもんだと、コピー商品を薦めていた。国内の生産拠点が壊滅してからだね、粗悪品が出回るようになったのは」

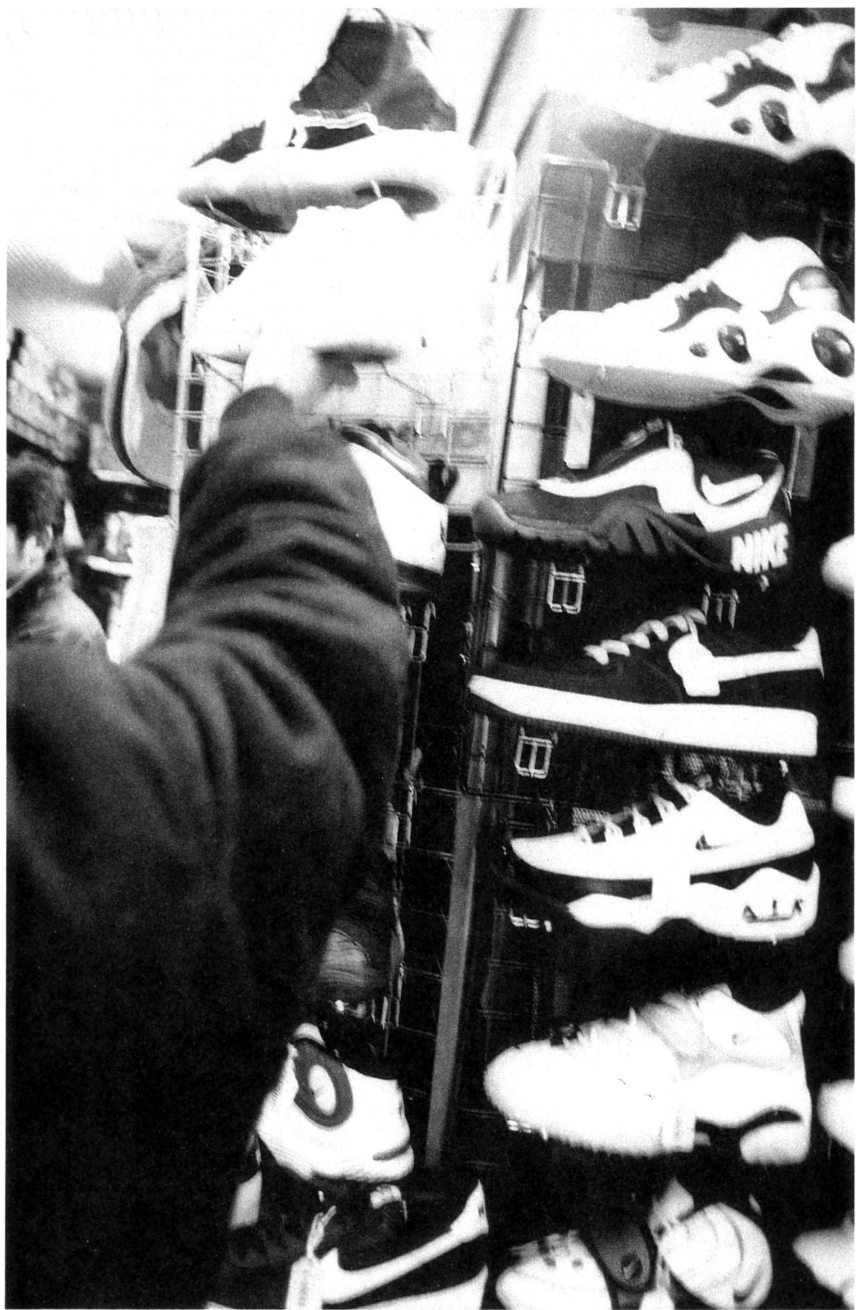
八〇年代半ばまで、わが国は、コピー商品の天国だった。並行輸入業者が海外で原料を調達し、国内の縫製工場やマンションメーカーに委託して、本物よりも本物らしく見えるコピー商品を作り出して、現金問屋やディスカウントショップのルートに流していた。消費者もニセモノと知ったうえで買い求めた。高度成長期から安定成長期にかけて培われた技術力が、海賊版ビジネスの隆盛を促していたのだ。

一斉摘発

状況が激変したのは、八〇年代後半に入ってからだ。ブランド品や映像ソフトのコピーに業を煮やしていた欧米諸国が、サミットの席などで、知的所有権の保護と不正商品の排除を強く迫るようになり、日本政府も重い腰を上げざるをえなくなった。

八六年四月、警察庁保安課（現・生活環境課）のなかに、不正商品取締官という役職が設けられ、都道府県の警察生活経済課や生活保安課を通して、コピー商品を取り扱う業者の一斉摘発に乗り出した。

警察の動きに呼応して、八六年八月には、民間の不正商品対策協議会が発足。Gメンと呼ばれる調査員が、コピー商品やニセモノまがいの商品を調べ上げ、取扱業者を警察に告発するようになった。

「あれで地下工場が壊滅状態に追い込まれ、

写真と本文は一切関係ありません

目利きのできたブローカーも姿を消してしまった。ヤクザ絡みの偽造グループが最後まで頑張っていたようだけど、販路を絶たれ、国内じゃあリスクが大きくなりすぎたんだろうね。いつの間にか、彼らの噂も聞かなくなった」（元バッタ屋の主人）

だとすると、外圧によって、国内の海賊版ビジネスは消滅してしまったのか。

「とんでもありません。警察白書を見ていただければわかりますが、今でも年間一千件近くの違反事件が起きています。昔に比べれば、国内の製造事犯はたしかに少なくなってきました。だけど、アジア分業制とでもいったらいいんでしょうか。台湾や韓国、東南アジアで作ったものを輸入して、国内で販売する悪徳業者が後を絶たないんです」

と語るのは、不正商品対策協議会の後藤健郎事務局長。三十五歳。神奈川大学経済学部を卒業後、日本ビデオ協会（現・日本映像ソフト協会）に入り、ビデオGメンとして、海賊版ビデオの摘発に奔走してきた人物だ。

「グローバル化しただけでなく、パーソナル化してきたのが最近の特徴です。一昔前だったら、いわゆるプロ集団が多かった。ところが、今では学生や会社員がパソコン通信を使って、〝売ります、買います〟とやっている。当然、罪の意識も乏しい。意図しない犯罪とでもいったらいいんでしょうか。情報ネットワーク社会になると、国境だけでなく、プロと素人の区別まで曖昧になるボーダレス化がますます進むんじゃないかと心配してるんです」（後藤事務局長）

警察庁のまとめによると、知的所有権関係法令違反の検挙数は、九六年が九百六十四件（五百二十一人）に達している。前年に比べると、六十三件（四十八人）ほど多い。内訳は、偽ブランドが六百十六件（三百九十四人）、海賊版のビデオやコンピュータソフト、キャラクター商品などが三百四十八件（百二十七人）といった具合だ。不正商品の押収状況は、ブランド商品が十五万五千七百八十四点、ビデオテープが四万一千七百三十八点、コンピュータソフトが三万一千三百七十八点、その他四十八点。総数では二十二万八千九百四十八点にのぼる。

「知的所有権関係法令といっても、いろいろあるんです。偽ブランドを取り締まるのであれば、商標法や不正競争防止法。海賊版ビデオやコンピュータソフトであれば、著作権法。その他、特許法や意匠法、実用新案法が適用されることもあります。月に一回、協議会のメンバーが集まり、警察庁の取締官を交えて、最近の犯罪傾向と防止策を話し合っています」（後藤事務局長）

不正商品対策協議会には、現在、九団体が加盟している。ヨーロッパを中心に海外の偽ブランドを取り締まるユニオン・デ・ファブリカン東京事務局。アメリカ映画を中心に洋画ビデオの海賊版を取り締まる日本国際映画著作権協会。作詞家や作曲家の権利を擁護する日本音楽著作権協会。人気キャラクターや有名ロゴマークなどの無断使用に目を光らせる日本商品化権協会。流通経路の正常化に取り組む日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会。ビデオソフトの海賊版や無断上映に目を光らせる日本映像ソフト協会。音楽関連の制作全社の権利保護にあたる日本レコード協会。コンピュータソフトやゲームソフトなどの不正

写真と本文は一切関係ありません

コピーに目を光らせるコンピュータソフトウェア著作権協会。俳優やタレントなどの権利保護にあたる日本芸能実演家団体協議会。彼らの取り組みを見ると、実に千差万別だ。

たとえば、ユニオン・デ・ファブリカン東京事務所。フェラガモやグッチ、シャネルなどの偽造バッグを扱っていた販売業者を摘発し、約五百点の在庫品を押収した。かと思うと、ナイキ・ジャパンで製品化していない指輪やライター、ブレスレットなどに、スウェッシュと呼ばれるナイキのロゴマークをつけて路上で販売していたイスラエル人の露天商を、警察に通報して商標法違反の現行犯で逮捕してもらった。

日本レコード協会では、昨年、初めてブートレッグ商品の摘発に乗り出した。ブートレッグ商品というのは、アーティストの許諾を得ずに、コンサート会場などで収録した海賊版のビデオやCDのことだ。会報によると、デヴィッド・ボウイたちの告訴を受けて、赤坂警察署が都内の販売店を捜索し、七千～八千点に及ぶビデオやCDのブートレッグ商品と無断複製に使用された

機器類を押収。著作権法違反の疑いで関係者を逮捕。九七年六月には、東京地裁で、経営者に罰金五十万円、店長に懲役十ヵ月、執行猶予三年、店員に懲役五ヵ月、執行猶予三年といった有罪犯決が言い渡された。

「民事での仮処分の申請などを行なうと、結論が出るまでに時間がかかるんです。その間、好き放題にされたのでは困りますからね。警察との協力関係を強めて、悪質なものは、極力、刑事事件として取り締まってもらうようにしています。ただ、こういった事件は親告罪の扱いになるから、我々のほうでしっかりとした証拠をつかまなければならない。事件の全容解明と証拠固めが、それぞれの団体にいるGメンの役割なんです」（後藤事務局長）

ビデオGメンたちの活躍

海賊版ビジネスを取り締まるノウハウは、日本映像ソフト協会のビデオGメンの歩みとともに培われてきた。

ビデオの普及率が二桁台に達したのは八〇年代前半のことだ。八三年一一・八％、八四年一八・七％、八五年二七・八％、八六年三三・五％と、わずか三年間で、普及率が三倍に拡大。それに伴って、ビデオソフトのレンタル店も雨後の筍のように増えてきた。

八四年には、アメリカのメジャー映画会社が日本に上陸。約二万タイトル近いビデオソフトがレンタル市場に流れ込み、ビデオの普及と相まって、レンタルショップの増加に拍車をかけた。後藤さんが、日本映像ソフト協会業務部法務課長の立場でこう述べる。

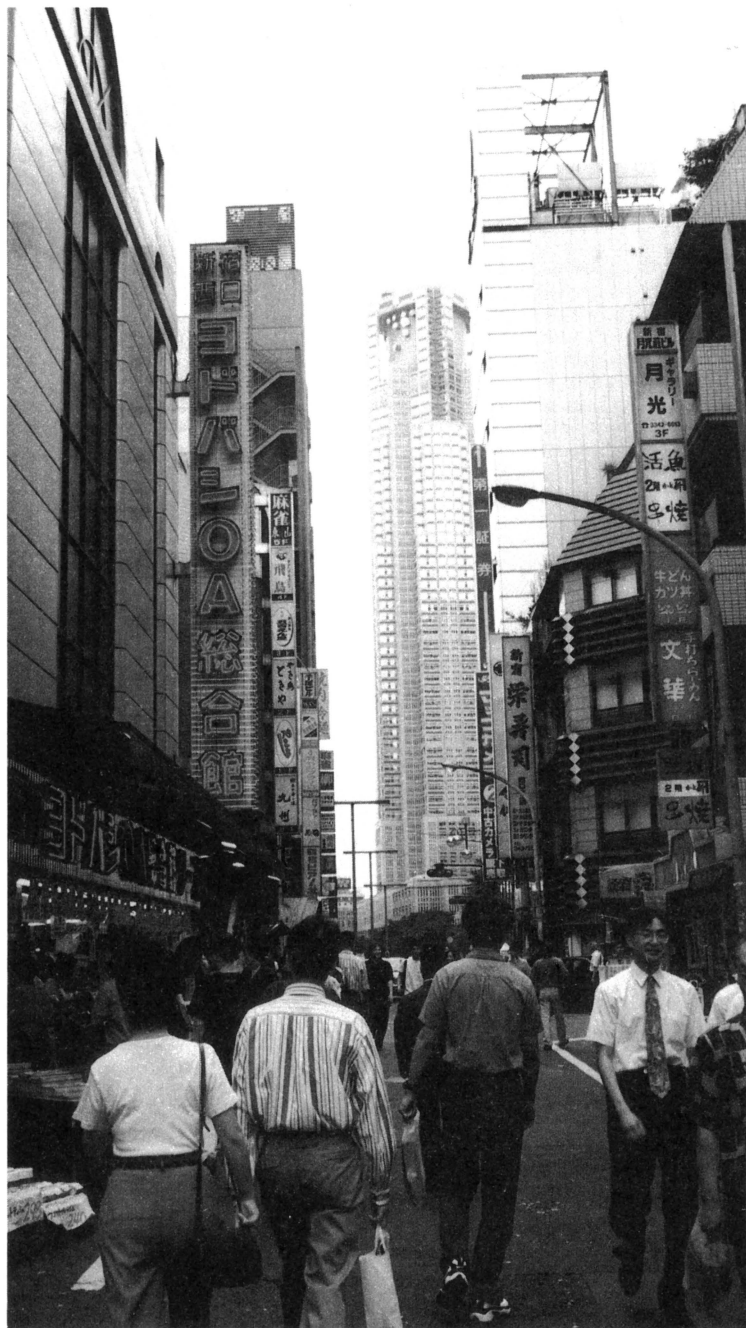
「複製を阻止するコピーガードがなかったもんですからね。当時のレンタルショップで扱っていたのは、大半が海賊版でした。なかには、ビデオを買ったユーザーに、海賊版のソフトをサービスする家電販売店まであったくらいです。ビデオソフトのメーカーにすれば憂慮すべき事態になりましてね。従来の民事提訴から刑事告訴に切り替える手段として、八四年十月に、ビデオ著作権保護・監視機構というのを発足させたんです」

ビデオGメンは、この監視機構の調査員として活動を開始した。メンバーは七人。協会のレンタルシステムに加盟している許諾店がわずか五百店あまりの時代で、大半がモグリの業者だった。彼らは、それらの違法レンタル店をしらみ潰しに調べ上げ、海賊版の扱いをやめるように警告したり、海賊版ソフトを任意で提出してもらうために歩いた。

当時のレンタルシステムは、入会金が一万円、一泊二日で料金は入会金の一〇％をもらいうけるというものだ。海賊版を安く仕入れて、店に並べておくだけだから儲からないわけがない。有望なニュービジネスとマスコミが煽ったこともあって、FC（フランチャイズチェーン）に加盟する脱サラ組も後を絶たなかった。

「チェーン店とはいっても、店名がそれぞれ違うんです。経営者の名前を尋ねても、店長が知らないと答える。だけど、売り場作りや陳列方法、在庫管理、チラシなどをつぶさに比較し検討すると、どこかに共通項が垣間見えてくる。そういうチェーンに限って、許諾店で正規商品を仕入れ、それをマスターテープにして、店の数だけダビ

ングしていたりするんです。どうやって、それを見破るか。長年の勘と経験としかいいようがありません」（後藤課長）

取り締まりのモデルケースといわれているのが、八六年十一月に摘発された「福岡事件」である。福岡や大分、山口、京都など、十一店のレンタルショップの関連性をビデオGメンが突き止め、経営者の正体がわからなかったため、「氏名不詳」で福岡県

警に告訴。福岡県警が十八ヵ所を家宅捜査したところ、ダビング用の隠し部屋を発見。海賊版のビデオソフトやビデオデッキ、パッケージ、ラベルなど、全部で七万七千点の証拠品が見つかった。後から判明したことだが、首謀者は、不動産業者と経済ヤクザの二つの顔を持つ人物であった。

押収されたのは、海賊版のビデオソフトが四万四千本、デッキが百六十四台。押収品の鑑定のため、ソフトメーカー三十二社からスタッフが派遣され、年末年始を返上して鑑定書の作成にあたったが、すべて終わるまでに九ヵ月近くもかかった。鑑定書を積み上げると、三メートル二〇センチもの高さに達したという。鑑定書作成のかたわら、捜査員が足取り調査を実施。利用者のところに出かけていって、ビデオソフトを借りてきたという事実確認を行なった。

「捜査の一から十まで、すべてここで培われたといっても言いすぎではありません。この事件を契機に、頒布目的所持罪が著作権法のなかに盛り込まれ、海賊版を持っているだけで三年以下の懲役もしくは百万円以下の罰金が科せられるようになりました。この法律ができたおかげで、八九年以降、警察の取り締まりがいちだんと活発になったんです」(後藤課長)

福岡事件の首謀者には懲役一年十ヵ月、執行猶予三年の有罪判決が下された。八八年三月のことだ。それを受けて、邦画メーカー二十五社が被告六人に総額二億九千万円の損害賠償を請求。九四年七月に、主犯格の二人に一億六千万円の支払いを命じる判決が出た。翌年十一月には残りの四人からも賠償金が支払われ、足かけ十年に及ぶ福岡事件は、ようやく幕を閉じた。

そっくりもの海賊版事件

刑事が終わってから民事に取りかかる。海賊版ビジネスの責任を追及する取り締まりの方程式も、福岡事件の体験をもとに確立された。著作権法違反の量刑は軽いが、刑事のほうで刑が確定していれば、民事で争いやすくなるためだ。

「やり得は許さないというのが我々の基本姿勢です。海賊版のビデオソフトであれば、一本一万二千円に本数をかけて、損害賠償額をはじき出し、その支払いを求めていく。どこに逃げ込んでも必ず見つけ出すという執念がなければ、Gメンの役目は務まりません」(後藤課長)

とはいっても、彼らもバカではない。Gメンの監視が厳しくなればなるほど、彼らの目の及ばないところで、海賊版のビデオソフトを持ち込もうともくろむようになる。

九〇年代に入って増えたのが、制販分離の海賊版ビジネスだ。ダビングしたビデオソフトを自分の店で扱わず、宅配業者に卸したり、遠洋漁業の船や観光バス、ファッションホテルなどの納入業者に譲ったりする。あるいは自分で売り込みをかける。上映するだけなら問題はないというのが、彼らの謳い文句だ。

「とんでもない。上映権侵害にあたります。四年前に、福岡市内のファッションホテルを調査したんですが、納入業者を突き詰めていったら、なんと以前に刑事告訴した店でね。昔のうまみが忘れなかったんでしょうか。アルバイトを使って、最新作の海賊版をせっせと売り歩いていたんです」(後藤課長)

もっと巧妙な手口もある。三年前に沖縄県で摘発された「そっくりもの海賊版事件」がそれだ。新作が店に届くと、製版印刷でラベルを作り、デッドストックのビデオカセットを使って、海賊版ソフトを作成。二日後のレンタル開始のときには、本物そっくりのダビングテープが店に並んでいた。たまたまシールが貼られていなかったテープがあったために同業者のタレ込みで発覚したが、シールまで貼ってあったら、誰にも気づかれずにレンタル商品として流通していたものと思われる。

「そうなったら、もうお手上げでしょうね。内部告発や同業者からの通報でもない限り、見ただけでは識別すらできない。ラベルの微妙な違いを見分けて、著作権法ならびに商標法違反で告訴するのが精いっぱいなんじゃないかと思います」（後藤課長）

フェイカーからクラッカーへ

海賊版ビジネスがモノから情報に移行するなかにあって、アナログ情報を扱うビデオソフトは、本物とニセモノとの区別がつ

くだけ、まだましなほうなのだ。パソコンソフトやゲームソフトのようなデジタル情報の商品なると、ニセモノの概念すら変わってこざるをえない。プロテクトと呼ばれる複製阻止のロックがはずされると、本物とまったく変わらない情報がフロッピーやCD-Rに複製されるためだ。転写された情報は、本物のそっくりさんではなく、本物そのものだから、よけい始末が悪い。クラッカーと呼ばれる連中が、自分の力量を誇示する目的で、プロテクトはずしをやっているのだ。

「これを放置したら、日本のコンピュータソフトウェア産業はジリ貧になってしまう。だから徹底的に叩くしかありません」

コンピュータソフトウェア著作権協会の久保田裕専務理事の決意だ。

コンピュータネットワークを悪用した犯罪は、九五年が四件、九六年が十八件と、今のところ微々たる検挙数だ。だが、偽ブランド商品やビデオテープのように、十年一日のごとく同じ性質の犯罪ではない。日進月歩どころか分進秒歩で技術革新が進んでいるだけあって、海賊版ビジネスの中身も日を追って形を変えつつある。

「いちばん多いのが、パソコン通信で相手の伝言板に入っていって、CD-Rに落とし込んだパソコンソフトを売り込む手口です。CD-Rは容量が大きいでしょう。私設の私書箱に代金が振り込まれたら、いくつものタイトルを網羅したCD-Rを先方に送る。これだと足取りがつかみにくく、犯人を特定するのがけっこう難しくなってしまうんです」(久保田専務理事)

それでも、まだCD-Rを使っているだけ検挙しやすい。これがインターネット上で、冒頭のマスクソフトの提供のように、情報でやりとりされるようになると、摘発が難しくなるのではなかろうか。その萌芽は、すでに出始めている。久保田専務理事が苦々しげにこう語る。

「アメリカのサーバーのなかには、ゲームソフトをエミュレートして、パソコンで使えるようなソフトを提供するグループも出始めているんです。有償、無償と、さまざまですが、これが野放しになったら、ゲームソフトメーカーは大きな打撃を受ける。先方にはやめるようにいってますが、場合によっては、アメリカで裁判を起こすことも考えています」

贋作者。俗にフェイカーと呼ばれる海賊版ビジネスの業者にも、かつては職商人としてのプライドがあった。手作りの自負心とでもいったらいいのだろうか。本物を凌駕するだけの作品を市場に送り出そうとしていた。

ところが、コンピュータネットワーク社会になると、もはやフェイカーは必要とされない。相手のホームページに侵入していく、ちょっとした知識と、プロテクターをはずす理工学的な能力さえあれば、誰でも明日からコピー商品を作れるような状況に置かれているためだ。

フェイカーからクラッカーへ。インターネット社会になると、海賊版ビジネスを追い詰める不正商品対策協議会のGメンたちの追及方法も、人間味を失い、ますますデジタル化していくにちがいない。人間の感性よりも、数字の組み合わせが重要視される時代は、すぐそこまできているのだ。

エピローグ

アングラ・マーケット

世界有数の電脳〝観光〟都市の
もうひとつの顔

アキバ・闇市場の住人たち

違法コンピュータ・ソフトを売る中国人露天商から、
電脳マニア・ショップ経営者、コスプレが趣味という
二十三歳のジャンク＆中古コンピュータ・ブローカーまで。
日本でもっともオタク人口が多いといわれる
秋葉原の裏街道に棲息する〝商人〟たちの人間模様

小泉カツミ（フリーライター）

東京・秋葉原――いわずと知れた日本一の電脳街である。
JR秋葉原の駅には、二つの改札がある。一つは昭和通り側の東口。もう一つは「電気街口」と書かれた西口である。
改札から大勢の人の流れとともに吐き出されると、そこにはミニスカ姿のお姉さんが何事かマイクで叫びながらチラシを配っている。彼女たちは、パソコンメーカーや大型電気店に雇われたキャンペーンギャルである。
その太ももに目をくれながら中央通り方面に向かう。石丸電気、LA-OX、オノデンなどの派手な看板が現われる。
おびただしい量の家電製品、パソコン、携帯電話、ファミコン、部品、チップ……。
そして角砂糖に群がるアリのような老若男女、外国人……。
これが一般的に思い浮かぶ秋葉原のイメージであろう。実際筆者もその程度のイメージしか持ち合わせていなかった。だが、この姿は秋葉原の、いわばオモテの顔でしかない。
本当の秋葉原、いわゆる「アキバ」はもっとディープなところにあった。

露天の男たち

中央通りを渡り、奥のブロックに進むと、店の雰囲気が駅前とはだいぶ異なってくる。大型店が少なくなり、小型店や雑居ビルの中で営業しているらしい店舗が多くなる。
店の種類だけではない。ふと周りを見渡すと、通りを歩いている人種が駅前とまったく違うことに気づくはずだ。男ばかりなのだ。女性がいない。カップルもほとんど見当たらない。駅前で大型店を冷やかしていた外国人観光客の外人グループもここまで入り込むことは、まずない。
土曜か日曜にこのあたりを歩いてみるといい。他の場所ではお目にかかれない珍しい光景を見ることができる。
それは露店だ。露店といっても、原宿や渋谷のように商品を並べているような露店とはワケが違う。
路上にひっそりと衝立のようなものを置き、そこにワープロで書かれた紙を貼っているだけの露店なのだ……。なぜか人だかりがしている。
衝立の横に男が素知らぬ顔で佇んでいる。目を凝らしてその紙を見ると、そこにはパソコンのアプリケーションソフトの名前がズラズラと並べられている。一つで十万円以上はするソフトが十個以上もある。
一見して怪しい。
これはアプリケーションが詰まったCD-ROMを売る露店なのである。もちろん海賊版。衝立ではなく、メニューのようなボードを持って道行く人に見せている男もいる。
土日になると、どこからか湧いてくるように、彼らはこの場所に姿を現わす。しかし、どこにもその商品らしいCD-ROMは見当たらない。
男に声をかけてみた。
「一枚いくらなの?」
「イチマンエン」
中国人らしいアクセントで男は答える。
「プロテクターははずしてあるのかな?」
「ン? アア、トーゼンダヨ」
「どこに置いてあるの?」
そう聞くと男は苦笑して、

「ヤバイデショ、ココニアッタラ。カッタオニイサンモツカマルヨ」

と答え、手に持っていた携帯電話を見せた。

「カウナラ、ヨブヨ」

なるほどそういうことか。横にいて同じように紙をのぞき込んでいたサラリーマンらしい青年が、「これ一枚ください」と言った。

すると男は「チョットマッテ」と言って携帯電話で仲間と話し始めた。

実は彼らの仲間が路地裏で待機しているのだ。紙袋にCD-ROMを入れ、連絡を待っている。受け渡しは指定された別の場所で行なわれるようだ。

ほとんどが香港か中国のコピー工場で作られた違法ソフトである。

まともに買ったら百万円にもなるソフトが、たったの一万円で手に入る。会社が買うのならともかく自分個人で使うとしたら、どうだろう。いくら違法といわれてもつい欲しくなってしまうのが人の性ではないか。

これはアキバの最近の顔である。

だがアキバには、これほどあからさまな違法商売ではないにしても、もっと奥の深いダークサイドがある。これは電脳迷路アキバを舞台にした、モノと人間と金が織り成す怪しくもエキサイティングな物語である。

「アキバ」という名のフェロモン

その店は、一瞬倉庫と見まごうばかりのゴチャゴチャした十坪ほどの店だった。同人誌系のアニメや「MO/CD-ROMメディア大特価」「AX6F……」などと書かれた張り紙が入り口の壁やドアを埋め尽くしている。

店内に入ると、生CD-R、生ビデオ、パソコンの周辺機器からアダルトビデオ、怪しげなヌードジャケットがついた海賊っぽいフロッピーディスクなどが溢れている。

「電脳ショップS」のオーナー白石誠一(四十四歳・仮名)が、このアキバにやってきたのは、二年前のことだ。

もともとは、渋谷で98の周辺機器をメーカーに作らせて、専門店に卸すという専門業者だった。その頃も入れると、今年で開業十二年目になる。

「十二年前は儲かっていたんです。百仕入れれば二百注文がくる、という状態。それがだんだん競争相手が増えて、百仕入れても五十残るようになってしまった」

そこで一念発起して資金を調達、ここアキバに店舗を構えたのだった。

白石にとって、それは大きな賭けであった。

「競争相手が増えて困っていたところに、競争相手だらけの街に来てしまったんですからね(笑)。迷いましたよ。ところがアキバは想像以上の怪物だったんです」

卸しをやっていた頃、白石が泣かされたのが不良品の返品だった。その修理代、発送費など余計な手間と金がかかる。通販でもそうだった。苦情処理ばかりに煩わされ、商売とはいえうんざりしていたのも事実だった。

「ところが、秋葉原(アキバ)では不良品でもなんでも売れるんです。もちろん百円とかの値段ですけど、それを三個、四個と買っていく」

もし、不良品だったとしてもアキバで百円で買ったものなら、そんなものだろう、

と諦めがつく。逆に百円で三個買ったもののなかにちゃんと使えるものがあればめっけものなのだ。マニアとはそういうものなのだ。

たしかにこれが普通の店や通販で千円などという値段がついていたものなら、不良品をつかまされたと文句も言いたくなるだろう。しかし、百円では文句を言うわけにはいかない。

白石の店はビルの二階。大きな看板もない。手書きの文字で窓に「電脳ショップS」とあり、意味ありげに「裏」という文字が添えられている。

「ああ、あの裏は裏通りの裏という意味ですよ（笑）」

いや、本当はそれだけではない。あの一文字が立派な看板の何十倍もの効果を出しているのは間違いない。

売り上げNo.1は生CD

白石は、専門雑誌に広告を毎回出稿している。

そこには店で扱っている商品の売れ筋の

ラインナップが誌面一杯に並んでいる。なかには同人ソフトなども販売されている。これだけ見ると通販が主力のように思えるのだが……。

「いや、通販はそれほど売れないんです。地方から修学旅行で来たらしい高校生とか、普通の会社員とか、実物を見て買おうとする人が多い。うちではほかの電気店と違って、まともなものはあんまり売れない(笑)。ジャンクのハードディスクとか、あとちょっと違法っぽいものとかが売れていきますね」

この店で、最も売り上げをあげているのは、生CD-R。いわゆるメディアと呼ばれるディスクで、パソコンなどのバックアップ用として売られているのだが、実際に買っていく人のほとんどがゲームソフトやパソコンのアプリケーションソフトのコピー用に使っているらしい。

「CDの音楽を自分で編集してCD-ROMに焼きつけて自分だけのベスト盤を作る、なんてこともあるようですが、このメディアはゲーム用。ゲームは音楽CDと違って音と映像とがプログラム上は別に二重構造になっているんで、情報量も多いし、焼き込むのもけっこう時間がかかる。それに、ソフトによって相性のいいメディアというのがあるんですよ」

白石の店では、このメディアの品揃えが豊富なところが評判を呼んで常連がやってくる。

「値段だけだったらウチより安いところは探せばあるんです。でも、このくらい種類があって値段も安いというのは案外少ないんですね」

白石の店では、昨年の十二月の一カ月だけで、このメディアが六万枚売れた。一枚二百円~三百円としても千二百万円から千八百万円もの売り上げである。

去年は十一月までで二十万枚を売っている。

このメディアは「ライター」と呼ばれるソフトをコピーする機械がないと使えない。この機械は、大手メーカーがバックアップ専門に販売しているものもあれば、アンダーグラウンドで出回る安価なものまである。ソフトのコピー自体は、著作権侵害幇助に当たる行為だが、バックアップ用とうたいつつ、コピー可能な機械をメーカーが販売しているという魔可不思議な状況にある。安価な「ライター」を手に入れるルートはいくらでもあるのだが、白石はあえてやらないという。

「まあ、良心と建て前の問題ですよ(笑)。それに不思議なもので一緒に売ったらあんまり売れないようなんです。店と客の暗黙の了解があるんですね」

売るほうも買うほうもすべてわかっていながら、建て前上はマナーを守る。これが、率直でいてスマートなアキバ流なのだ。

アキバは、メカやジャンク、そしてマニアを引き寄せる怪しいフェロモンを放出しているのかもしれない。

「地方だと千人いて、その中に一人しかいないようなマニアでも、アキバには、五百人いたら全部がマニアということが当たり前なんです。店も客も専門的で街全体が情報発信地になっている。変な話なんだけど、私は店でお客さんにありがとうございました、と言うことはめったにないんです。別に偉そうにしているわけじゃない。言おう

と思うんだけど、その前にお客さんが『ありがとうございました』と言うんですよ」

ジャンクブローカー・祐二

待ち合わせ場所のルノアールに行くと、喜多蔵祐二(仮名)はPHSを耳に当て、電話の相手と話しながらこちらに向かって手を振った。

二十三歳。白のトレーナーにジーンズ、PHSのストラップには黄色いポケモンのキャラクターがぶら下がっている。

「いやあ、今、アキバの中古業界は冷えてますよ。富士通が売れ残りの新商品をリサイクルして格安で売るようになっちゃったんで、中古が安さで勝負できないんですよ」

見た目は明らかに二十代前半の、ちょっとオタクが入った若者風。だが、彼の口から出てくる言葉は、長年営業マンでもやっているかのような大人びたものだ。

それもそのはず、年齢とは裏腹に、彼のアキバとの関わりは、昨日や今日のものではない。その辺のパソコン・マニアなど足元にも及ばないキャリアである。

今を去ること十二、三年前。

杉並に住む小学四年生だった祐二は、近所のおじさんの家に遊びに行くのが日課だった。なぜならそのおじさんの家には、その頃はまだ珍しかったコンピュータがあったからだ。

ちょうどMSXが出始めの頃だった。

メカニックなものに目がない祐二少年にとって、コンピュータはまさに魔法の箱だった。

当然、自分でも欲しくなる。雑誌を買いあさって調べ始める。それに飽き足らなくなると、今度はアキバに出向いて生のパソコンに手を触れるようになった。

このあたりから、祐二のアキバ通いが始まった。

お年玉の貯金だけでは全然足りない。そこで親に泣きついて、ようやく一台のパソコンを買ってもらうことができた。

その日から祐二はパソコンにのめり込んだ。同時に持っていたファミコンのゲームソフトのプロテクトはずしに熱中した。プログラムの解析を続け、そして実際にはずせるようになると、祐二はその楽しさを人に教えてあげるようになる。アキバでそれを聞いた専門雑誌の編集者が祐二とコンタクトをとってきた。

「中学生になってからは、自分の体験をもとにして、専門雑誌にプロテクトはずしのテクニックやゲームソフトのコピーテクニックについて原稿を書きまくったんです」

弱冠十三歳の少年が、その雑誌のメインライターとして活躍していたのだ。

小遣いを与えると、すぐにゲームやパソコンにつぎ込んでしまう息子の性癖を知った親は、祐二への小遣いをストップしてしまった。

ところが、これがかえって祐二を、メカとそしてアキバに目覚めさせることになる。たまたまアキバで知り合った人がいた。ジャンク関係のマニアである。その人のつてで中古のICやフロッピーディスクを仕入れ、アキバのいくつかの店に置いて委託販売をするようになったのだ。

中三の頃である。おかげで小遣いがなくても、祐二は充分に自分の好きなものを手に入れることができたのだった。

祐二のジャンク商売は、順調に回転していった。高校に入ると、アキバ以外にも商品を捌ける「場」を見つけた。それは、一年に一回行われるアマチュア無線のマニアが集う通称「ハムフェア」。全国からジャンクマニアが続々と集まってくるイベントである。祐二はフェアで一年間ジャンクを集めまくった。アキバでも捌けないようなジャンクでも、この「ハムフェア」では飛ぶように売れた。

こうして祐二の高校三年間は、ジャンクとともに明け暮れたのだった。

それでも高校卒業後、一度はサラリーマンも経験している。アキバの商売を続けながらである。

「でもアキバのほうが儲かるし、やってて面白いに決まってるじゃないですか」

次第にサラリーマンをやっている時間が惜しくなり、祐二は二年間で会社を辞めた。

これが今から二年前のことだ。

Windows95の販売開始でアキバだけでなく、日本中がパソコンブームで沸いた年である。そして、この頃がジャンクのピークだったという。

なぜならリースが終了した98が、専門の

仲介業者を通して大量にアキバに出回ったからだ。

祐二は知り合いの店を間借りして、五十台、百台と出てくる中古のパソコンの仲介業を始めた。一台で千円ほどの儲けだったが、数がまとまれば取り分も大きくなる。パソコンを解体して、新たなパソコンを組み上げるDOS/Vも人気を集め始めていた。

趣味はコスプレ

実は祐二は、会社勤めの頃から、もうひとつのビジネスを始めるようになっていた。ビジネスというより、遊びで始めたことがビジネスに結びついていった、といったほうがいいかもしれない。

それは、コスプレである。

以前から、趣味でアニメ系のコスプレに興味を持っていたのだが、それを一つのイベントにし始めたのだ。コスプレ・マニアを集めたダンスパーティを主催し、祐二は企画とDJを務めるようになっていた。コミケのブームとともにコスプレ人口は増加の一途を辿っていたのだ。

また、友人とともに作った裏ゲーは、シリーズで二万本を売った。裏ゲーではミリオンセラーといえるほどの大ヒットである。さらに、ゲームソフトをコピーする「ドクター」に使われるROMを調達し、一気に二百万円の荒稼ぎができたのもこの頃である。

「二年前はジャンクのバブルだったんです。知り合いの二十一歳のジャンク業者なんか、毎晩銀座のクラブに飲みに行っていましたよ。派手な外車なんか乗っちゃってね。今どこ行ったかわかんないけど（笑）」

しかし、ファミコンソフトのコピー横行に業を煮やしたメーカーの要請で警察もしぶしぶ重い腰を上げたのだ。

「一年半くらい前かな。一斉に手入れがあったんですよ。そのとき、知り合いで留置所入ったのもたくさんいます」

こんなこともあった。

ゲームソフトの制作会社が倒産した情報が、知り合いの整理屋から入ってきた。そこに頼まれて物件を見に行くと、夜逃げ同然で出ていったその会社には、パソコンはじめ、いろんなソフト開発機器が残されていた。知らない人が見ればただのがらくただが、祐二たちにしてみれば宝の山である。

そんななかで祐二が見つけたのは、ソフトメーカーのゲーム開発マニュアル。一般ではなかなか手に入らないものだ。

「これが高く売れたんですよ。それからジャンクといってもパソコン関連だけじゃないんです。音響や映像の編集機器なんかは、パソコンと違って価格が安定しているからいい商品になるんです」

今現在、祐二はジャンクを以前ほど扱ってはいない。

「やめたわけじゃないんです。ただしばらく様子を見ようと思ってる。今、アキバの店はどこもあっぷあっぷでしょう。こんなとき、派手なことやってもしょうがない」

今の仕事のメインはコスプレのダンパ・イベントで、クラブや公民館を借り切って月に数回開催している。これが、一回十万円ほどの収入になる。

もう一つが、インターネットのサーバの管理。まだ、それほど商売に結びついてはいないが、コスプレ・マニアのホームペー

ジ制作のアドバイスなどをしている。

コスプレの「業界」では彼は有名人である。そしてその「業界」の人たちのほとんどが、彼が実はアキバの有名人でもあることを知らない。

小学生の頃からアキバに関わってきた祐二の目に、今のアキバはどう映るのだろうか。

「昔みたいに部品買って何か作ろうとする人が減ったみたい。出来合いの商品があってしまうからでしょうね。ラジオ少年が減りましたよね。自分で考えて、部品から何かを作るのっていちばん楽しいのに……」

彼がジャンクやアキバにハマってゆくモチベーションとは、いったい何だったのだろう。

「何でしょうね……。小さいときから何事も極めないと気が済まない質だったからかなぁ。プロテクトはずしにしろ、ジャンクにしろ、コスプレにしろ……。中途半端はイヤなんですよ。ちょっと前までマイナーでアウターだと思われてきたことが、今オモテになってきてますよね。コスプレにしても昔嫌っていた人が今ハマってたりしてます。僕はずっとやってきてるんですけど、そういう時代の流れなんでしょうね……」

二十三歳の祐二は、まるで老人のような口振りでそう呟やいた。

マニアな客とビジネスとのボーダー

「実は、もうすぐ店をやろうと思って仕入れはしてるんです」

アキバにある数少ない居酒屋のテーブルで、田村雅雄（三十二歳・仮名）はこう語り出した。

彼とはインターネットのメーリングリストで知り合った仲だった。

パソコンマニアのメーリングリストで、最もジャンクに詳しいのが、この田村だった。

田村はジャンク専門のwebサイトを開いていて、アキバの店にも詳しかったのだ。

「webで中古品を販売しようと思っているんだけど、アキバで店をやろうか、卸専門にしようか迷っているところなんです」

彼が扱うのは、ワークステーション、パソコン本体、パーツ、書籍などでほとんどは中古品。ルートは独自に見つけ出したものので、おそらくアキバのどの店より安く売れるはずだ、と言う。

「もちろん、安いからいいってわけじゃなくて、商品として価値があるかどうかなんですけどね」

田村は、週に二、三回アキバを訪れる。そして、懇意にしている店を何軒かまわり、世間話をしながら情報を集める。ときには、店のほうが田村に「何か出物はないか」と尋ねてくることも少なくない。彼がジャンクのルートを持っているのを店側も承知しているのだ。

実際、田村はアキバに来ない日は、仕入れに飛び回っている。しかし、田村の口から、自分が商売をしようと考えているとはなかなか言えない。

「今までは、いくらマニアックでもいちおう客と店という関係でした。でも、僕が商売を始めたらライバルになってしまうわけでしょう」

田村や前出の祐二のように、マニアとして店に通ううちに自分でも商売を始めてしまう、というケースはここアキバでは決し

て珍しくない。

アキバではマニアの目が、本職の業者を上回ることが少なくないのだ。とくに裏ワザや流行、遊びに関しては客のほうがプロであったりする。だから、店側も彼らには一目置いているのだが、こうしてライバルの立場になってしまうと話は変わってくる。

田村は、すでにアフリカやエジプトのバイヤー相手に貿易の仕事を始めている。

「なぜか、彼らには日本のノートパソコンが人気あるんです。中古品でもけっこうな数を景気よく買ってくれます」

もう、後戻りはできないだろう。田村は、覚悟を決めるしかなさそうだ。

しかし今、アキバは不況の真っ只中にある。

「リサーチしながら様子を見ています。この数カ月でわかりますよ。これから、アキバは変わっていくでしょう。怠け者では続けていくのが無理になってきている。そんなところは潰れたほうが刺激になっていいんです。それにこれからは頭の切れる人でないとやっていけないでしょうね」

アキバの周りにいたひとりのマニアが、

そのビジネスに参加していく。

これはまるで、ロールプレイングゲームを楽しんでいたゲーマーが、その世界の住人になってしまうかのような不思議な感覚がある。

「アキバは結束が固いんです。その人たちと仲よくやっていかなければならない。それだけが、僕の重要な問題です」

アキバが好きで、アキバの店の人たちとも親しいことが彼のジレンマを生み出している。

ふと、もしかしたらこの彼の優しさが仇になることもあるのではないか、と心配になった。

ゲーム・マニア、嶋田のビジネス

嶋田貴之（二十七歳・仮名）は、ものすごく儲かりそうなビジネスに手を染め始めた。

それは、プレイステーションやセガサターンを改造するMODチップやサターンキーの販売である。

このチップを取りつけると、バックアップしたCDを動かすことができるようになる。と、表向きはそうなのだが、つまりはコピーしたゲームも遊べるうえに、裏ゲーも遊べるようになるというわけだ。

MODチップは海外で買いつけてくる。一、二カ月に一回は東南アジアに飛び、大量に仕入れてくるという。

嶋田の本業はカメラマンである。

「写真を撮るためにアジアをずっと放浪してたんです。そしたら、香港でたまたま、改造チップを格安で売っているのに出会ったんですよ」

ゲームやパソコンには以前から馴染みがあった。さっそく買い込んで日本に持ち帰ってみたのだった。

駄目もとで買ったチップだったが、そこはやはりアジアのなかでも名だたる電脳都市・香港。最初から改造する目的で作られたものだけあって、「完璧に改造できたんです。そしてハズレも少なかった」。

そして嶋田は、アキバに出入りするようになる。

まず、裏ゲーや改造モノなどを扱っている店のオーナーと仲よくなり、商品を置かせてもらった。

ついでに、土日はその店でアルバイトをするようになる。カメラマンの仕事もあまりないし、アキバにいるだけでいろんな情報が飛び込んでくるのが面白くてたまらなかったからだ。

卸業者でありながら卸先の店員でもある、という一風変わった関係が生まれたのだった。

そして、その店の雑誌広告に共同で自分の広告を出させてもらった。さらに、インターネットにも通販のwebサイトを開いてみた。

すると嶋田の自宅の電話がじゃんじゃん鳴り出すようになったのだ。注文は全国至るところからきた。

それまでは、電話での注文受け付けから、自分でチップを袋に入れ、コンビニでコピーした改造図を付け、袋詰めまで全部一人でこなしていた。ところが、あまりの注文の多さにひとりではどうしようもなくなってしまった。

そこで、思いついたのが、その少し前に別れた彼女だった。

「友達に戻りましょう」

その一言で振られたばかりだった。
「友達に戻るんだったら、仕事を手伝ってくれないか」
突拍子もない申し出だったが、プータローだった彼女の答えはイエス。
チップも足りなくなっていたので、また香港に飛ばなければならない。
嶋田は思い切って父親に相談し、借金を申し込んでみた。
栃木で工場を経営する職人気質の父親は、息子の怪しげなビジネスのために、彼の口座に三百万円をポンと振り込んでくれたのだった。
彼は急遽、三階建ての一軒家に引っ越して準備に取りかかった。
一階が事務所で二階が作業部屋兼倉庫、そして三階が嶋田のプライベートルームである。
「まだ仕入れの分までは回収できていません。これから売りまくってどんどん稼いで、早く親父に金を返そうと思ってるんですけどね」
さらに学生のアルバイトを二人確保した。梱包と配送などの作業をさせるためだ。
この手の商売の難しさはその値づけにあるのだという。
「これはアキバの人たちから教えられたことなんです。高すぎると売れないのは当然なんだけど、あんまり安すぎても駄目なんです。ニセモノとかパッチもんだと思われちゃう。ホントは原価が原価だからもっと安くできるんだけど、そんな理由で下げられない。結果儲けが大きくなってしまうんです(笑)」
なんともうれしいことではないか。
嶋田は、また改造ゲームや裏ゲーの同人誌も作っている。
「友達から商売になるからやれって言われて(笑)。それはアキバのゲーム関係の店に置いてもらってます。一号目は売れたんで、気をよくして作った二号目はあんまり売れてない(笑)」
失敗はまだある。
任天堂の64用のバックアップ機だ。
嶋田はこれを何台も作ってアキバのいくつかの店に置いてもらっているのだが、まったく売れてないという。
その前のドクターと呼ばれるマシンが売れたのだが、プレステに『ドラクエ』を奪われた64はやはりあまり売れなかった。それが嶋田の商売にも影響を与えたのだ。

アキバのメンタリティ

基本的には嶋田の改造ビジネスも、ゲームメーカーから見たら訴訟にあたる行為かもしれない。だが、実際にゲームソフト保護のためにバックアップを取る、という行為はメーカーの認めたもののはずだ。
その隙間から、頭を使ってメーカーの意図すること以上の遊びを考え出すのは、マニアにとって当然すぎるくらいのことである。
前出の白石もこう言う。
「そもそも日本はソフトの値段が高すぎる。特にアメリカで開発されたパソコンソフトは……。向こうではリーズナブルな料金でも、こっちにくると翻訳料だなんだで倍以上になったりする」
それを「コピーすればタダじゃん」とコピーするテクニックを考え出すのは、もしかしたらアジア人特有の知恵なのではない

か。

実はパソコン流通の大きな要因にソフトが大量にコピーされたことがある。みな馬鹿正直に正価でソフトを買っていたら、こんなにパソコンが日本中に溢れることはなかったはずだ。現に今私が使っているソフトのなかでコピーじゃないものは、何一つない。

嶋田にいつまでこの商売をやるのか聞いてみた。

「当分続けますよ。メーカーも次々と新しいゲームやマシンを作ってくるでしょうから、商売のタネは尽きないと思う。でも、親父に金を返したら、しばらくカメラマンにも戻りたい」

イケイケで商売を始めた嶋田。だが、将来のことを聞いたら意外な答えが返ってきた。

「将来は、実家の工場を継ごうと思ってるんです。意外ですか？　でも、親父可哀想じゃないですか、もうすぐ六十だし……」

なんだかあまりにいい息子然とした言葉に、ちょっと胸が詰まってしまった。

海賊ビジネスにハマっていても、やはり人の子なのである。

アキバのダークサイドとはいっても実際には、思いのほか、人間味のある人々が関わっていた。電脳パラダイス……それを支えるメンタリティは、実はアジア的な人と人との有機的なつながりであったのだ。

筆者紹介

●浅野恭平 あさの・きょうへい
'50年栃木県生まれ。北海道大学卒。著書に『「いなか」の挑戦』（実務教育出版）等がある。

●石川清 いしかわ・きよし
'64年埼玉県生まれ。上智大学卒業後、NHK記者を経て、フリーに。開発援助問題やグレーゾーンの人々に取材。意見や感想はE-mail:QWR01406@niftyserve.or.jp

●板岡博史 いたおか・ひろし
'71年生まれ。某国立大学医学部中退。89年からコミケなどのオタク・カルチャーを中心にフィールドワーク。現在、コンピュータ関連の会社で働く。

●梅宮タカコ うめみや・たかこ
工業高校出身のフリーライター。趣味はパソコンと料理と蛙の解剖。パソコン暦は十四年、通暦九年。インターネット暦はまだ一年だが、公開しているホームページ(http://www.takakonet.com/)はなかなか好評。とくに蛙解剖講座と蛙料理レシピ（共に写真付き）は大好評（?）で、さまざまな反響を呼んでいるらしい。

●ウラジミール うらじみーる
'64年東京生まれ。早大中退。フリーライター兼現代音楽作曲家兼地下文書研究家兼ウェブデザイナー兼UFO・陰謀マニア。http://www.infovlad.net/で会おう！

●江戸川木魚 えどがわ・もくぎょ
'64年生まれ。最近有象無象のフィギュア雑誌で書きまくっている。愛車のドアを夜、中学生にケリ入れられてヘコマされ、呪いをかけたら、なんとそのガキ、シンナーでラリって交通事故にあい、己の力に恐怖している……。

●ガスト関 がすと・せき
'70年東京都生まれ。フリーライター。得意分野はオタク方面と怪しいもの方面。

●加藤昭裕 かとう・あきひろ
'67年生まれ。フリーライター。主にバイク、クルマ雑誌を中心に仕事をしていますが、もろガンダム世代、しかもパソコン好きとあって、乗り物とは全然関係ないようなマニア系の本での仕事も多いです。

●関東菜英利作 かんとうな・りさく
'66年生まれ。好奇心旺盛な自称フリーライター。その守備範囲はマニア・風俗・事件・スポーツとかなり広い。

●クーロン黒沢 くーろん・くろさわ
'71年東京都生まれ。フリーライター。著書は『電脳アジアコピー天国』（秀和システム）ほか。

●小泉カツミ こいずみ・かつみ
編集者&ライター。Cho～文化系でローテクな人種だと自覚していたのに、いつの間にやら一日の大半が電脳状態。ML（メーリングリスト）にはまり、とうとう自分で開設しちまった。それも中年になって、腰痛と闘いながらまーだロックバンドやってるオヤジたちのML。その名は〝ojirockband〟いいんだ、タワケのままで（涙目）。

●今拓海 こん・たくみ
'62年千葉県生まれ。県立成東高校卒。83年より週刊誌記者。91年から五年半イギリス遊学。

●佐々木哲史 ささき・てつし
中学の頃からゲームソフトハウスを転々とする。あやしいことが大好きで、変な商売やマルチにも手を出す。現在、ゲームソフトハウス社長。

●田中進一 たなか・しんいち
'75年生まれ。レア・グッズコレクター。小学生の時に『美少女戦士・セーラームーン』にはまって以来、オタク人生を爆進中……。

●塚原尚人 つかはら・なおと
'73年愛知県生まれ。複数のペンネームを持つポルノ作家兼ライター。著書に『セーラー服「剝く」』（マドンナメイト企画）など多数。

●ヌートリア ぬーとりあ
年齢不祥。性別??　国籍すら定かではない。が、コミックに関しては、深く広い知識を持ちしばしば〝人間外づけハードディスク〟と呼ばれることもある。コミックのみならず、雑誌、本、なんでもOKの活字フェチの実力を仲間内に惜しみなく提供する、お人好しでもある。

●原田仙人 はらだ・せんにん
'76年東京生まれ。ゲームをこよなく愛する男。怪しいブツを集めるのが趣味。映画とラーメンも好む。フリーライター。

●山川歩 やまかわ・あゆむ
'64年神奈川県生まれ。フリーライター。電脳やビジネスの隙間のグレーゾーンに生きる人たちに興味を持ち、取材を続けている。

●吉田悟 よしだ・さとる
早稲田大学文学部中退。麻雀、Q2、落語、鬼畜モノとジャンルに統一性のない水飲みライター。

別冊宝島三六五号【海賊版ビジネスの世界】 一九九八年二月十六日発行

編集長――井上裕務

編集――晝間琢磨・富山真由美・有限会社オフィスベア

協力――髙田卓也

編集局長――石井慎二

発行人――蓮見清一

発行所――株式会社宝島社© 〒102-8388 東京都千代田区一番町25 電話〈営業部〉03・3234・4621〈編集部〉03・3234・3692

郵便振替00170-1-170829㈱宝島社

印刷所――日本プリンテクス株式会社 Printed in Japan

あの「Cの福音」「クーデター」に続く第3の衝撃
壮大なスケールの国際派ハードボイルド小説

猛禽の宴

もうきんのうたげ――続・Cの福音

楡 周平
にれ しゅうへい

悪の美学に生きる男――
「Cの福音」の朝倉恭介が帰ってきた。

闇の世界に天賦の才能のすべてを注ぎ込む男、
朝倉恭介。
彼がつくりあげたコカイン密輸ルートはニューヨークの
ボス・ファルジーオの厚いサポートを受け、4000万ドルの
ビッグビジネスに成長していた。
巨大な利益を奪い取ろうとする新興マフィアの暗躍。
ニューヨークを血で染める死闘。
フロリダの空を焦がす大夜襲。
成り上がりのボスの横暴が"猛禽"の本能を目覚めさせた……。

定価：本体1600円＋税

好評発売中！

読み込むほどに深まる
楡 周平の世界

コカイン密輸の鮮やかな手口!!
いきなり25万読者を獲得。

Cの福音 第1作

定価：本体1456円＋税

警視庁、米大使館同時爆破。
日本を襲う未曾有の危機。

クーデター 第2作

定価：本体1903円＋税

宝島社 http://www.takarajimasha.com

きわどいルポから先端ノウハウまで
「別冊宝島の好評既刊」

別冊宝島 281

隣のサイコさん

電波系からアングラ精神病院まで!

スラップスティックワールドへの片道切符!!

盗聴シンドローム、自殺未遂、発明パラノイア、愛しすぎる女、人格障害、ヤク中、監獄精神舎……そして人権サイコパス!
妄想・幻覚・依存・発狂をめぐる、
遠くて近い魂のボーダーランドへ!!

好評発売中! 定価:本体951円+税

別冊宝島 333

隣りの殺人者たち

彼や彼女はなぜ、人を殺したのか?

子供が子供を殺す、夫が妻と子を殺す、
息子が父親を殺す、無関係の人間を殺す……、
「心やさしき」死刑囚から
「平気で人を殺す」連続殺人鬼まで、
殺人という「悪」の本質に迫る戦慄のドキュメント

好評発売中! 定価:本体838円+税

別冊宝島 356

実録!サイコさんからの手紙

ストーカーから電波ビラ、謀略史観まで

嫌がらせ電話、たれこみFAX、投書魔、天皇陛下への告訴状、クレーム・パラノイア、Eメール"エヴァ"論争、歴史教科書問題系怪文書、ACの告白、個人情報=ゴミ追跡者、求婚ホームページ、逆ギレ・レター、電波系自費出版——。
ムカツキと依存と自意識肥大のすき間から溢れ出る、高度情報化社会でブチキレた人びとのそのまんま!!

好評発売中! 定価:本体900円+税

宝島社　http://www.takarajimasha.com

きわどいルポから先端ノウハウまで
別冊宝島の好評既刊

別冊宝島
173

気持ちいいクスリ

クスリ王国ニッポンの快楽体験
裏表完全ガイド!

病気を治すだけがクスリじゃない!
元気になるクスリ、強くなるクスリ、宗教になったクスリ、あぶないクスリ……。
ビタミンからヘロインまで、合法、非合法おかまいなし。
ココロの快楽に生きる人たちの知識と体験を集めてつくった
阿鼻叫喚・問答無用・前代未聞のクスリの本!

好評発売中! 定価:本体981円+税

別冊宝島
191

薬のウラがわかる本

医者・製薬メーカー・薬剤師がしゃべった
実録!クスリと業界のあぶないカラクリ!

ますます高度化する新薬、
続発する副作用事故……。
病める“クスリ王国”ニッポンに処方箋はあるのか!?

近頃モンダイのクスリたちを
あなたはどれだけ知っていますか?

好評発売中! 定価:本体1068円+税

別冊宝島
273

元気がでるクスリ

回春剤・強壮剤・媚薬・合法ドラッグ
楽しいエッチのためのクスリのすべて!

絶倫を誇るための往年の精力剤から
より気持ちよさを求めるいまどきの媚薬まで
フェロモンいっぱいのクスリの本!

下半身に効くクスリしか載っていません!

好評発売中! 定価:本体951円+税

宝島社 http://www.takarajimasha.com

きわどいルポから先端ノウハウまで
別冊宝島の好評既刊

別冊宝島360
レトロおもちゃ大図鑑
オタクのルーツ! 駄菓子屋おもちゃ2000点!!
コレクター必見! レトロおもちゃ総まくり
駄菓子屋文化・ニッポン縦断
好評発売中! 定価:本体743円+税

別冊宝島361
囚人狂物語
殺人犯から銀行員まで——みんなのムショ体験
神軍平等兵・奥崎謙三、連続銀行強盗犯、ホームレス、警察官、コカインの運び屋、右翼の塾長、脱獄常習犯、小説家、買春少女……
留置所・拘置所・刑務所—「塀の中」に落ちてしまった人々の「罪と罰」
好評発売中! 定価:本体714円+税

別冊宝島362
科学・謎?なぜ?読本
科学オンチのフツウの大人と
好奇心いっぱいの子どもたちのための科学読本!
イラストとマンガ満載! 愉快に読めて、見て納得!
好評発売中! 定価:本体743円+税

別冊宝島363
ヘンなインターネット
実録!「インターネットはからっぽの洞窟」日本版
【"パソ恋"交差点】ネット不倫、ネットストーカー、ネットお嬢様……
ネット上で見つけた"不思議""あやし気""危ない"サイト、
ぜんぶ実際に調べてみました!
好評発売中! 定価:本体743円+税

宝島社 http://www.takarajimasha.com

別冊宝島
365
海賊版ビジネスの世界
おたく、マニア、コレクターたちのアングラ・マーケットのすべて!

宝島社

別冊宝島三六五号　一九九八年二月十六日発行　発行＝宝島社

【この本で扱った営業品目】

プレミア付き海賊ゲームソフト
総額一千万円の違法コピー・コンピューターソフト
流出AVをコピーしただけの「裏ビデオ」
ウルトラセブン第十二話ほか、放送禁止番組ビデオ
プロテクト外しのゲーム改造チップ
有名アイドルの偽サイン
人気同人誌を集めた海賊版コミケ
本物そっくりの偽「エアマックス95」
オフィシャル盤リミックスのブートレグCD
元祖アイドル・コラージュ
綾波レイの海賊フィギュア
偽キャラクター・グッズ
十万本の大ヒットを記録したエロゲー
スーファミ・エミュレーター……etc

コピー天国ニッポンの、あきれた「儲け話」の数々

9784796693653

ISBN4-7966-9365-3

C9434 ¥743E

1929434007432

雑誌65982-32
定価:本体743円+税